

EDIÇÃO ATUALIZADA
E AUMENTADA

ANÁLISE DOS MEDIA

ISABEL FERIN CUNHA

ANA TERESA PEIXINHO

IMPrensa DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

O livro *Análise dos Media* é uma reedição, revista e atualizada, de uma obra de 2012. Está organizado em seis capítulos, antecidos por uma Introdução. O primeiro capítulo, "Enquadramentos Teóricos", é um capítulo de natureza epistemológica que situa este campo do saber no âmbito dos Estudos dos *Media*. No segundo, "Desenhar uma pesquisa sobre os *media*", descreve-se o percurso de elaboração de uma pesquisa sobre os *media*, utilizando como exemplo a cobertura jornalística do tema "corrupção política" em Portugal. O terceiro capítulo, "Métodos na *Análise dos Media*", focaliza os métodos utilizados nas pesquisas empíricas sobre os *media*, com ênfase na análise de conteúdo e nos métodos qualitativos, tais como as análises narrativas, as análises semióticas e as análises de discurso. O quarto capítulo "Os Desafios da Análise dos *Media* Sociais" pretende dar resposta aos desafios que os investigadores em Ciências Sociais enfrentam face aos *media* sociais. No quinto capítulo, faz-se uma breve conclusão dos enquadramentos, pressupostos e percursos inerentes à *Análise dos Media*, seguindo-se o sexto e último capítulo, que apresenta uma seleção bibliográfica comentada das obras com maior relevância.



E N S I N O



Coordenação editorial

Imprensa da Universidade de Coimbra

Email: imprensa@uc.pt

URL: http://www.uc.pt/imprensa_uc

Vendas online: <http://livrariadaimprensa.uc.pt>

Design

Carlos Costa

Execução Gráfica

KDP – Kindle Direct Publishing

ISBN

978-989-26-1987-3

ISBN DIGITAL

978-989-26-1988-0

DOI

<https://doi.org/10.14195/978-989-26-1988-0>

**EDIÇÃO ATUALIZADA
E AUMENTADA**

ANÁLISE DOS MEDIA

ISABEL FERIN CUNHA

ANA TERESA PEIXINHO

IMPrensa DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
I. ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS.....	15
1. Os objetivos da Análise dos <i>Media</i>	27
2. A Análise dos <i>Media</i> e a Teoria Social.....	33
3. Estudos sobre os <i>media</i> : orientações metodológicas	41
II. DESENHAR UMA PESQUISA SOBRE OS MEDIA.....	47
1. Preparação da análise: dimensões contextuais.....	53
2. Justificação do objeto da investigação	63
3. As etapas da investigação empírica	71
III. MÉTODOS NA ANÁLISE DOS MEDIA.....	103
1. Métodos quantitativos e qualitativos	107
2. Técnicas de análise do conteúdo	113
3. Métodos Qualitativos.....	123
3.1. Análise(s) Narrativas(s).....	124
3.2. Análises Semióticas / Semiológicas	158
3.3. Análise(s) do Discurso	176
IV. DESAFIOS DA ANÁLISE DOS MEDIA SOCIAIS.....	219
1. Investigar os <i>media</i> sociais	225
2. Perspetivas de análise da <i>web</i>	231
2.1 Análise de conteúdo <i>web</i>	237

V. CONCLUSÃO.....	245
VI. BIBLIOGRAFIA COMENTADA	259
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	289
ANEXO.....	313

INTRODUÇÃO

A Análise dos *Media* é uma área complexa e multidisciplinar que se enquadra na teoria social e está vinculada a circunstâncias históricas, sociais e tecnológicas. No início do segundo milénio, são os fenómenos de Globalização e as alterações tecnológicas que determinam a Análise dos *Media*. Nas Ciências Sociais, o termo Globalização foi utilizado para explicitar um conjunto de mudanças na política, na economia, nas finanças, na justiça, nos *media* ou na ecologia, adquirindo, também, valor de teoria interpretativa desses mesmos fenómenos. O debate acerca da Globalização inaugurou novas agendas de pesquisa em Ciências Sociais e propôs novas metodologias de investigação e análise de fenómenos sociais (Beck, 2006; Beck & Sznaider, 2006; Santos & Menezes, 2010; Couldry, 2012; Berry, 2012), elegendo os *media*, a *web*, as redes sociais e as empresas tecnológicas como objetos privilegiados de investigação (por exemplo, Scheuer, 2002; Castells, 2004; Sparks, 2007; Ampuja, 2011; Deuze, 2012; Schroeder, 2018). Neste percurso teórico e epistemológico, o conceito de *media* expandiu-se e passou a compreender, para além dos *media* tradicionais (imprensa, rádio, televisão e cinema), a estrutura e os conteúdos da *web*; os *media* sociais; os dispositivos tecnológicos e os produtos das indústrias culturais e de conteúdos.

A palavra *análise* surge nos dicionários com o significado de decompor um todo em suas partes componentes, com a finalidade

de conhecer a sua natureza, mas também de observar, examinar e perscrutar objetos com minúcia. Outras definições de dicionário apontam para a ideia de crítica ou de exame crítico de um objeto ou fenómeno. No dicionário de filosofia de Ferrater Mora (1991: 27-28), a *análise* surge com o sentido de resolução, porque se resolve o complexo no simples, ou com o sentido de regressão, porque se volta a uma proposição ou afirmação primeira. Na sequência desta proposta, o autor refere que a *análise* foi designada por matemáticos e lógicos, como um método *resolutivo*, permitindo que se fale de análise de uma proposição enquanto pesquisa dos seus componentes. Ainda segundo o mesmo autor, a *análise* opõe-se, ou é complementada, pela síntese. Isto é, se a primeira promove a decomposição dos objetos ou fenómenos, a segunda permite a composição do decomposto.

Como definiu Hartley (2004:168-170), *media* são os meios utilizados para transmitir mensagens, mas também os conteúdos desses meios, as indústrias de conteúdo e os dispositivos tecnológicos. A ideia de *media* esteve associada, desde o início do século XX, à produção de mensagens oriundas de um emissor ‘todo-poderoso’ e recebidas por audiências diversas e dispersas. Esta ideia envolvia um controle praticamente absoluto sobre os conteúdos veiculados, suportados por grandes indústrias e conglomerados mundiais, sendo que as audiências estariam à mercê dos efeitos ou, numa perspetiva mais otimista, poderiam seleccioná-los e discuti-los, utilizando-os em função das suas conveniências. Hartley considera que este modelo, a que chama de “um-para-vários”, se alterou a partir da introdução da internet e de novos dispositivos eletrónicos, em finais da década de 80, início da década de 90 do século XX, emergindo, então, o padrão “vários-para-vários” que possibilitou o surgimento de mais emissores/produtores. Esta mudança foi acompanhada pela convergência entre os *media*, ditos tradicionais, e os designados

novos *media* (Jenkins, 2009). O conceito de *media* alargou-se, desde então, apresentando contornos variáveis em diferentes circunstâncias, ora abarcando as tecnologias de informação e comunicação; as suas empresas e atividades; todos os dispositivos digitais; formas de acesso à internet e aos seus conteúdos; os *media* sociais, conteúdos e estruturas; ora restringindo-se aos meios imprensa, rádio, televisão e cinema, independentemente das plataformas de acesso, aos dispositivos digitais utilizados e aos conteúdos disseminados. Da expansão do conceito *media* o que se retém é que estes constituem instituições – cujos proprietários e agentes não são democraticamente eleitos – com grande poder e impacto na sociedade. As tecnologias que estas empresas dominam e os conteúdos que produzem circulam sem escrutínio nas sociedades ocidentais, intervindo social e politicamente, o que tornou urgente promover, junto aos cidadãos, a educação para os *media*, que inclui a Análise dos *Media*.

A proposta deste livro, *Análise dos Media*, insere-se nas correntes históricas de pensamento sobre os *media* e responde à preocupação de instituições internacionais, como a UNESCO e a Comissão Europeia, de promoverem a educação para os *media* e as literacias mediáticas e informacionais (Pinto *et al.*, 2011; Pereira, 2014). Analisar os *media* é um exercício teórico-empírico que tem como objetivo desenvolver uma consciência cívica, profissional, assim como competências de explicitação de conteúdos, com vista a fomentar um pensamento crítico e processos alternativos de produção e abordagem de conteúdos. A Análise dos *Media* fundamenta-se num conjunto de conhecimentos com base na Teoria Social (por exemplo, Turner, 1996; Beck, 2006; Beck & Sznaider, 2006; Fuchs, 2008; Santos & Menezes, 2010; Schroeder, 2018) e na pesquisa social (por exemplo, Ragin, 1994; Seale, 2006; Guerra, 2006; Neuman, 2007; Bhattacharjee, 2012; Berry, 2012) aplicadas aos *media*. O objetivo é direcionar

esta atividade para a aquisição de metodologias específicas que permitam aprofundar o conhecimento desses fenômenos não só nos *media* tradicionais, mas também nas suas migrações e impactos na *web* (por exemplo, Jensen e Jankowski, 1991; Deacon, Pickering, Golding e Murdock, 1999; Berger, 2000, 2005, 2007; Fuchs, 2008; Couldry, 2012; Sloan e Quan-Haase, 2017).

Com estes pressupostos, pretende-se que a Análise dos *Media* constitua uma ferramenta de conhecimento e reflexão sobre a sociedade, bem como de abordagem a conteúdos e produtos, tendo em atenção o ecossistema mediático e digital. Em simultâneo, pretende-se que a Análise dos *Media*, num mundo globalizado e plural, seja um mecanismo de aprofundamento da democracia, da cidadania, da liberdade de expressão e de informação, ao garantir a pluralidade e liberdade da atividade dos *media* (Traber, 1997: 327-343; Couldry, 2012: 84-107). Neste contexto, a Análise dos *Media* tem como objetivos aferir o respeito pela dignidade humana; promover a democracia e os direitos dos cidadãos nos *media* e pelos *media*; contribuir para a qualidade dos conteúdos dos produtos mediáticos e para o crescimento do número de produtores e criativos. O conceito de cidadania tem, neste sentido, uma perspectiva de *coesão pública* (Couldry, 2012; Couldry, Livingstone & Markham, 2007; 2018) e a Análise dos *Media* pretende, por esta razão, construir um espaço de aprofundamento da democracia e das competências individuais e profissionais dos cidadãos. Para atingir estes objetivos, a Análise dos *Media* procura incentivar a crítica metodológica, o conhecimento das estruturas e das técnicas subjacentes à produção e difusão de conteúdos – o tratamento de dados; a programação em informática; a edição de imagem – o pensamento crítico e a criatividade.

A Análise dos *Media* constitui, como já foi referido, um processo que envolve um conjunto de procedimentos teóricos e

metodológicos, assim como técnicas de pesquisa apoiadas por instrumentos específicos, por exemplo *softwares* de análise de conteúdo, do discurso, de imagem ou das estruturas da *web* e das redes sociais. Para proceder à Análise dos *Media*, é necessário não só observar as mensagens/conteúdos veiculados pelos meios e pelos seus dispositivos, mas também ter presentes os contextos das empresas dos *media*, interpretando-os em função dos cenários de receção e os dados existentes sobre determinados acontecimentos. Inclui-se, neste caso, por exemplo, a análise da cobertura jornalística de eleições ou das campanhas eleitorais e a compreensão do papel do *Facebook* ou do *WhatsApp* nesses processos eleitorais. Neste percurso de pesquisa, recorre-se a quadros conceptuais e teóricos da Teoria Social, por exemplo, da Ciência Política e da Comunicação Política; das teorias sobre o Jornalismo, por exemplo, sobre a Mediatização do Jornalismo; das metodologias de pesquisa sobre os *media*, por exemplo, análise de conteúdo ou do discurso, e ainda dos *media* sociais como, por exemplo, a análise de redes sociais. As evidências ou dados recolhidos, com base na observação sistematizada, e tratados por meio de metodologias apropriadas, fundamentam a Análise dos *Media* (Ragin, 1994; Couldry, 2012; Sloan & Quan-Haase, 2017).

Na atualidade, as bibliotecas e os bancos de dados *online*, que agregam os *big data*, constituem um inestimável acervo de observação e consulta para os profissionais dos *media*, principalmente para os jornalistas, mas também para aqueles que se dedicam à Análise dos *Media*. Qualquer pesquisa sobre os *media* inclui a consulta a estes dados que deverão ser enquadrados teoricamente e tratados com base em modelos, metodologias e *softwares* apropriados. Embora a seleção dos objetos de análise, das metodologias e modelos sejam escolhas do observador/analista, o percurso de observação deve ser universal e declarado,

permitindo que os resultados da análise possam ser comprovados, avaliados ou refutados por todos os analistas. Nesta perspectiva, a Análise dos *Media* será entendida como uma forma de pesquisa empírica, enquadrada teórica e metodologicamente e gerida por regras de observação passíveis de serem validadas cientificamente.

Este livro sobre a Análise dos *Media* é uma reedição, revista e atualizada, de uma obra de 2012, integrando atualizações entretanto surgidas neste campo de estudos. Está organizado em seis capítulos, antecidos por uma Introdução em que se explica circunstanciadamente os seus objetivos, bem como os novos conteúdos introduzidos.

O primeiro capítulo, “Enquadramentos Teóricos”, é um capítulo de natureza epistemológica que situa este campo do saber no âmbito dos Estudos dos *Media*. Encontra-se subdividido em três subcapítulos nos quais se abordam os objetivos da Análise dos *Media*; a Análise dos *Media* no âmbito da Teoria Social; as diversas perspectivas metodológicas e conceptuais dos estudos sobre os *media* e a Análise dos *Media* no contexto das teorias sobre os *media* e o Jornalismo.

No segundo capítulo, “Desenhar uma pesquisa sobre os *media*”, descreve-se o percurso de elaboração de uma pesquisa sobre os *media*, utilizando como exemplo a cobertura jornalística do tema “corrupção política” em Portugal. Este capítulo está subdividido em três subcapítulos: no primeiro, discorre-se sobre as dimensões contextuais da pesquisa enunciada, frisando aspetos inerentes aos *media*, ao campo da política e às metodologias de investigação; no segundo subcapítulo, justifica-se a escolha do objeto de pesquisa “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, sublinhando a sua transdisciplinaridade teórica, as suas implicações na democracia e na atuação dos *media*, bem como a sua complexidade metodológica; no terceiro subcapítulo,

descrevem-se as sete fases que compreendem a elaboração de uma pesquisa empírica sobre os *media*, desde a formulação de uma pergunta de partida até à obtenção de resultados e respetiva interpretação.

O capítulo terceiro, “Métodos na Análise dos *Media*”, focaliza os métodos utilizados nas pesquisas empíricas sobre os *media*. Este capítulo está, igualmente, organizado em subcapítulos. O primeiro aprofunda as características, objetivos e resultados dos métodos quantitativos, qualitativos e mistos. O segundo aborda as técnicas de análise de conteúdo e de tratamento de dados, recorrendo a exemplos de projetos finalizados sobre a representação da corrupção nos *media mainstream*, nomeadamente nas televisões em Portugal. O último subcapítulo apresenta três metodologias qualitativas, acompanhadas de exemplos: as análises narrativas, a análise semiótica e a análise de discurso. Este subcapítulo está mais desenvolvido nesta 2ª edição e aborda as análises narrativas, uma metodologia ausente na 1ª edição deste livro.

O quarto capítulo – “Os Desafios da Análise dos *Media* Sociais” – é totalmente novo e pretende dar resposta aos desafios que hoje os investigadores em Ciências Sociais enfrentam quando têm de trabalhar com os *media* sociais. O capítulo está organizado em dois subcapítulos: “investigar os *media* sociais” e “perspetivas de análise da *web*”. No primeiro subcapítulo, aborda-se as especificidades dos *media* sociais e os desafios que representam para o campo das Ciências Sociais e Humanas e a investigação. No segundo subcapítulo, apresentam-se elementos para a análise das redes sociais e do conteúdo *web*, incluindo as análises de pequenos textos (*small narratives*), sublinhando a complexidade das suas metodologias e métodos.

No quinto capítulo, faz-se uma breve conclusão dos enquadramentos, pressupostos e percursos inerentes à Análise dos

Media, seguindo-se o sexto e último capítulo, que apresenta uma seleção bibliográfica comentada das obras com maior relevância para esta área de investigação. Trata-se de uma seleção que tem em vista estudantes de graduação e pós-graduação, bem como profissionais que pretendam inciar-se neste campo de pesquisa. Assim, os títulos escolhidos dizem respeito a obras de referência, a clássicos, cuja leitura permitirá dominar as teorias, os conceitos e os recursos fundamentais da Análise dos *Media*.

I.

ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS

Na última década, a mercantilização dos *media mainstream* e a hegemonia das grandes empresas tecnológicas globais (*Apple*, *Microsoft*, *Facebook* dona do *Instagram*, *WhatsApp* e *Oculus VR*, *Alphabet* proprietária da *Google*, *Twitter*, *Amazon*, *YouTube* e outras) alteraram e ampliaram o conceito de *media*. A palavra *media* expandiu-se com novos sentidos associados a estas tecnologias, às suas plataformas, às estruturas de acesso e conteúdos, o que faz com que não seja possível falar de Análise dos *Media* sem contemplar a análise dos *media* sociais. Couldry (2012), por exemplo, entende os *media* como todas as estruturas institucionais, formas, formatos e interfaces para a produção, disseminação e receção de conteúdos simbólicos.

A amplitude do conceito *media* tem como consequência a necessidade de compreender estas instituições, a sua organização, interesses a que estão vinculadas, poder e tecnologia que controlam. Nos últimos anos da segunda década do milénio, por exemplo, os conglomerados e empresas tecnológicas, como a *Alphabet* e a *Facebook*, tornaram-se duas das empresas mais valiosas cotadas em bolsa. São, deste modo, empresas crescentemente capturadas por acionistas e interesses múltiplos, económicos e políticos, exteriores à sua atividade e que detêm um poder, não escrutinado, a nível mundial.

Como já foi demonstrado em diversas circunstâncias, estas empresas tecnológicas e outras de *media mainstream* tendem a tornar-se agentes ativos nas democracias. Por exemplo, no contexto da Grande Crise (2007-2014),¹ os *media* ocidentais tiveram grande dificuldade em descolar dos interesses dos seus proprietários e em afirmarem-se como vozes plurais face ao sistema capitalista hegemónico. Estudos sobre a cobertura jornalística da

¹ Embora em Portugal se considere os anos de 2008 a 2015 como os que cobrem a Grande Crise, em contexto internacional, nomeadamente europeu, apontam-se os anos de 2007-2014.

Grande Crise, em países como o Reino Unido, Grécia e Portugal, demonstram que grande parte da informação económica veiculada assentou em dados, informações e medidas propostas por instituições bancárias e agências internacionais, tais como agências de *rating*, o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), o Banco Central Europeu (BCE). Em contrapartida, raramente foram ouvidas instituições ou vozes que promovessem um contraditório à informação e às interpretações veiculadas por aqueles organismos (Cunha, 2015; Picard *et al*, 2014; Bjerke & Fonn, 2015; Papathanassopoulos, 2015).

Um outro exemplo é a atividade da empresa britânica *Cambridge Analytica* que, com acesso a dados da *Facebook*, foi acusada de interferir nas eleições presidenciais americanas de 2016 e ter contribuído ativamente para a eleição do candidato republicano Donald Trump. Mais recentemente a pandemia Covid 19 pôs em destaque a capacidade de os *media mainstream*, nomeadamente a televisão, atenuarem o pânico moral e o alarmismo, retomando valores aparentemente esquecidos do jornalismo. Ao mesmo tempo, entidades nacionais e internacionais, bem como as empresas tecnológicas, foram compelidas a tomar medidas de prevenção e despistagem de notícias conducentes à desinformação. Como se tem verificado, em muitas situações no cenário global, os meios de comunicação tradicionais e *online*, as redes sociais e a atividade jornalística encontram-se pressionados não só por enormes desafios tecnológicos como por crescentes pressões de ordem económica, política e social (Katz & Mays, 2019). Estas pressões estão na origem do que tem sido denominado como crise global da informação e do Jornalismo (Alexander, Breese, & Luengo, 2016).

Salienta-se, ainda, que nas últimas décadas, e em consonância com a expansão das tecnologias de informação e comunicação, se observaram grandes mudanças na atuação dos *media*,

principalmente do Jornalismo, crescentemente subordinado a interesses externos ao seu campo. A informação e a liberdade de expressão têm vindo a ser utilizadas como instrumentos de influência e poder anti-democráticos, não só por forças e líderes políticos, como por empresas de *media* e empresas tecnológicas subordinadas ao capitalismo globalizado. Apesar de abundarem fontes de informação e dados compilados, torna-se praticamente impossível aferir a sua qualidade e pertinência, na medida em que a “informação” que realmente interessa e condiciona a vida dos cidadãos não é apresentada ao grande público. A informação privilegiada circula, cada vez mais, de forma cifrada, isto é, tecnicamente encriptada, e só um número restrito de pessoas tem acesso aos grandes cenários, normalmente designados por *big picture* (Cunha, 2015).

Por outro lado, a desconfiança e o ceticismo, perante a informação veiculada pelos meios *mainstream*, aumentaram exponencialmente após a Grande Crise (2007-2014), enquanto as redes sociais e as fontes indeterminadas ganharam credibilidade, face aos utilizadores/cidadãos. As revelações de casos como o *WikiLeaks* e *Panama Papers*, feitas por consórcios de jornalistas, colocaram a descoberto, não só os bastidores da política internacional e as fugas aos impostos de poderosos, como também as opções económicas, políticas e sociais do Jornalismo no quotidiano, conformado a interesses e a poderes instalados. A grave crise sanitária e social que emergiu em 2020 com a pandemia COVID19 colocou em *stress* os sistemas mediáticos (*mainstream* e sociais) ocidentais, obrigando-os a rever comportamentos e valores e, simultaneamente, a buscar apoio financeiro e novos modelos de negócio. O futuro dirá até que ponto este fenómeno poderá reverter a tão falada crise do Jornalismo.

Na crise do Jornalismo, foram identificados, como ameaça à democracia, muitos dos conteúdos produzidos e veiculados

pelos *media*, bem como os produzidos pelos utilizadores nos *media* sociais. Estes conteúdos, que privilegiam as ‘notícias falsas’ e os discursos de ódio, são exponenciados pela utilização de codificações algorítmicas que, ao propagarem-se nas redes e nos circuitos jornalísticos, ameaçam as democracias ocidentais, gerando um clima favorável à emergência de governos antedemocráticos e autoritários. Por outro lado, o Jornalismo, ao incluir agendas e formatos de cariz popular nas suas atividades – como por exemplo, *talk shows*, telefonemas agressivos em programas de opinião, intervenções em programas políticos e entrevistas a políticos, parlamentos populares e outros – desenvolveu o que tem sido designado como *newsroom* populista, isto é, uma redação favorável à informação/entretenimento (Aalberg *et al.*, 2011). A hibridação entre Jornalismo, entretenimento e ficção proporcionou a criação de um *star system* político, ao mesmo tempo que contribuiu para a descredibilização das instituições democráticas e dos discursos políticos. Os programas desta natureza incentivaram, igualmente, a descontextualização de políticas públicas e de decisões governativas, bem como restringiram os *soundbytes*² e os *imagebytes*³ do campo político. Neste processo, cresceu a descaracterização dos princípios e da ética jornalística, o que também contribuiu para a crise do Jornalismo.

Em simultâneo, o acesso às redes sociais e a proliferação de empresas produtoras e agregadoras de notícias facilitaram

² *Soundbytes*: é uma frase curta, atribuída ou utilizada por um agente dos *media*, que captura a essência de um discurso longo. É usada para resumir informações e chamar a atenção do leitor, espectador, eleitor e cidadão. O termo tem origem nos Estados Unidos na década de 70 e é uma estratégia utilizada pelos *media*, ou pelos políticos, para manterem um determinado tema como foco da atenção dos *media* (Dahlgren e Sparks, 1993; Scheuer, 2002).

³ *Imagebytes*: porção de tempo de imagem, atribuída ou utilizada, pelas televisões ou pelos políticos, para capturar a essência de um conjunto longo de imagens. É usada para resumir informações e chamar a atenção do espectador, eleitor e cidadão. Advém da adequação do conceito *Soundbyte* à imagem (Grabe, 2009).

a aparição de ‘notícias falsas’ (*fake news*). Este tipo de notícia sempre existiu e sempre objetivou condicionar e manipular a opinião pública. Uma das notícias falsas mais famosa ocorreu durante a II Guerra Mundial, quando Joseph Goebbels, ministro da propaganda nazi, forneceu aos jornais alemães a informação falsa sobre o número de civis mortos nos ataques que a aviação aliada fizera a Dresden em 1945. Contudo, os avanços tecnológicos, e sobretudo as redes sociais, conferiram a estas ‘notícias falsas’ uma outra dimensão, cuja recetividade é impulsionada por dois fatores: a desacredibilização dos *media mainstream* e a crescente dificuldade, dado o excesso de informação, em confirmar a informação veiculada (Katz & Mays, 2019). Entre os estudos que se têm debruçado sobre a propagação das chamadas *fake news*, destaca-se a tipologia de Tambini (2017) que propõe seis tipos principais de ‘notícias falsas’: as que surgem como alegadas interferências estrangeiras em eleições domésticas; notícias inventadas com vista a vender publicidade; notícias sobre figuras públicas, recorrendo à paródia e à sátira; notícias sem verificação de fontes e sem contraditório; notícias que reforçam ideologias, discursos de ódio e outros, sem contextualização; notícias que desafiam a autoridade democrática e favorecem os interesses dos mercados e corporações.

Com a finalidade de combater a produção e a disseminação de ‘notícias falsas’, têm sido desenvolvidos programas internacionais – tais como, FactCheckEU ou a empresa ALTO Data Analytics – e nacionais – como a Polígrafo, em Portugal; Agência Lupa no Brasil – de identificação e verificação, *fact check*, de notícias. Ao mesmo tempo, têm surgido projetos de sensibilização dos cidadãos, com vista à sua alfabetização mediática, informacional e digital. Neste âmbito, estão as campanhas de educação e alfabetização promovidas pela UNESCO, em colaboração com os governos democráticos, as associações civis e as instituições

de educação direcionadas aos jovens e a todos os cidadãos em geral, centradas na aquisição de competências de literacia mediática, digital e informacional.

Na origem da crise do Jornalismo está, ainda, a expansão dos dispositivos digitais; a multiplicação de acessos a notícias gratuitas em *sites* online; a recusa generalizada dos leitores em pagarem pela informação e o desinvestimento da publicidade, que migrou para outras plataformas e conteúdos. Multiplicam-se formas de informação, concorrenciais ao Jornalismo, fundadas na intermediação de agregadores de conteúdos; no recurso aos *big data*; na interação com produtores e utilizadores, subordinadas a *gatekeepers* tecnológicos variados. As notícias tornam-se reféns dos algoritmos de busca de conteúdos em plataformas digitais; motores de busca; *apps*; agregadores; redes sociais e muitos outros intermediários de disseminação e formatação de informação. Por outro lado, fazer Jornalismo, a partir de *big data* – informação resultante da análise de uma quantidade imensa de informação espalhada por inúmeros bancos e plataformas – condicionada por algoritmos – expressões matemáticas produzidas por técnicos fora do contexto do Jornalismo – implica uma outra visão sobre a informação e a liberdade de expressão. Questões que deveriam ser matéria de reflexão e, subsequentemente, de mudanças na orientação curricular das escolas que formam jornalistas.

Big data é um conceito abrangente que inclui estratégias e táticas que envolvem conjuntos de dados maciços e diversas tecnologias. O impacto destes dados sente-se em todas as indústrias, incluindo a indústria dos *media* e de conteúdos, em função do desenvolvimento de tecnologias que visam automatizar e simplificar processos de análise de dados. A indústria dos *media* pensa os *big data* com a finalidade de processar, rapidamente, um grande volume de dados – especialmente notícias – a partir de uma variedade de formatos de dados, cada vez

mais desestruturados e dispersos. Estes dados acumulam valor inestimável pois permitem, não só identificar conteúdos, como direcioná-los para audiências e consumidores. As empresas tecnológicas coletam esses inúmeros dados, a cada fração de segundo, de todas as áreas de atividade humana digitalizada, tais como conteúdos produzidos e veiculados nas redes sociais, audiências de *media*, dados de consumo, publicidade, faturação e outras. A maioria destes dados é reprocessada e cruzada, isoladamente ou em conjunto, dando origem a bibliotecas, videotecas, galerias de fotografias, bancos de imagens e gráficos, os quais representam cerca de 70% do armazenamento e compartilhamento de dados da internet (*Pew Research Center Internet & Technology*, 2017). A introdução da rede 5G vai exponenciar o fluxo desses dados e alterar o quotidiano da sociedade, incluindo a forma de obter informação e de fazer Jornalismo.

Convém, ainda, ter em consideração o papel dos algoritmos, expressões matemáticas que levam à resolução de um problema ou à execução de uma tarefa na *internet*. O código do computador é algorítmico e todas as buscas, acessos e pesquisas na *internet*, incluindo as notícias, são executadas por algoritmos (Schmidt, 2015). Constituem, também, narrativas algorítmicas, o *email*; as aplicações para *smartphone*; os videojogos; os *sites* de encontro *online*, ou ainda os de divulgação de viagens e de livros (*Pew Research Center Internet & Technology*, 2017). Outros exemplos podem ser mencionados e estão, igualmente, no quotidiano dos cidadãos, como a conta de uma rede social que estabelece o perfil do seu utilizador a partir das suas escolhas – *likes/deslikes* e partilhas – e devolve, à mesma conta, informação que consolida ou amplia, dentro do mesmo campo semântico, as preferências registadas. Todos estes exemplos fundamentam-se em fórmulas algorítmicas que estão inseridas nos dispositivos digitais e comandam os acessos aos conteúdos.

As empresas tecnológicas que gerem dados, a partir da recolha de informações de pessoas singulares e coletivas, e os técnicos que programam os algoritmos têm um imenso poder oculto que é normalmente ignorado, não só por quem utiliza a *internet* e as redes sociais, mas também por quem reflete sobre estes dispositivos. Acresce que, cada vez mais, os algoritmos adquirem capacidade de autoaprendizagem e substituem-se, progressivamente, aos programadores, a partir da incorporação de inteligência artificial (*machine learning*).

Estas tecnologias e procedimentos condicionam, de forma difusa e indeterminada, a pluralidade e diversidade da informação, não existindo, até ao momento, instrumentos de regulação pública suficientes e democráticos. Por esta razão, os *big data* e os algoritmos tornaram-se uma matéria de estudo importante para a Análise dos *Media*, exigindo competências básicas na área da programação, da arquitetura e da análise da *web*, nomeadamente a partir da compreensão do papel da teoria dos grafos⁴ na análise das redes sociais que determinam a difusão de informação.

Neste contexto, o papel do jornalista tem-se esbatido como mediador credível da informação e muitos estudos discutem e desenvolvem esta questão, numa ótica, quer da socioeconomia dos *media*, quer da transformação do exercício da atividade e da formação dos profissionais (Deuze, 2008, 2019; Jensen, 2015; Zelizer, 2017). Para esta crise da profissão do jornalista, que acompanha a crise do Jornalismo, contribuiu a mudança de modelo de financiamento das empresas de *media mainstream*; a migração do Jornalismo para o *online* e para as redes sociais;

⁴ Teoria dos grafos é uma teoria matemática que estuda as relações/ligações entre objetos. Quando aplicada à análise dos *media* sociais permite identificar as inter-relações entre pontos de acesso na rede e criar representações que espelhem o tráfico de informação/conteúdos (Pitas, 2016).

a crescente precarização dos profissionais; a ideia, incorporada por muitas empresas de *media*, de que qualquer testemunha de acontecimento é um potencial jornalista. Do lado dos jornalistas, observa-se um desfasamento entre formação e desafios profissionais; práticas e rotinas que privilegiam o jornalismo “de secretária”; aliciamento pelo sensacionalismo e o infoentretenimento. Embora, nos últimos anos, tenham crescido os consórcios de jornalistas independentes, preocupados com a investigação de grandes temas globais, como a corrupção e os desvios éticos de governação, o quotidiano do Jornalismo mantém-se aquém da qualidade aceitável. Por esta razão, são muitos os debates e estudos no âmbito da formação e da atividade jornalística que objetivam observar e refletir sobre os constrangimentos e mudanças da profissão (Hamilton, 2016; Newman, 2017; Katz & Mays, 2019). Convém ressaltar que a “alfabetização política” e o debate sobre o exercício da democracia têm vindo a ser matéria de ficção, nomeadamente de séries televisivas com circulação mundial, como *House of Cards*.⁵ (Gadinger *et al.*, 2016).

O ecossistema mediático, descrito anteriormente, consolidou um ambiente social que reproduz, incessantemente, formatos, conteúdos ou notícias, que incitam os cidadãos comuns – os mais fragilizados socialmente – à polarização de ideias, ao exacerbação das emoções e à busca de “culpados” pelas dificuldades experimentadas. São estes indicadores que a Análise dos *Media* pretende identificar, em consonância com os estudos atuais europeus sobre a mediatização. Estes estudos, que contribuem significativamente, na atualidade, para a Análise dos *Media*, visam identificar linguagens, procedimentos e técnicas utilizados pelos

⁵ *House of Cards* (2013-2017) é uma série de televisão americana para a Netflix, um drama político, com 5 temporadas, da autoria de Beau Willimon. Foi adaptada de um romance homónimo e inspirada numa minissérie britânica (1990) criada por Andrew Davies.

media, não só enquanto instituição hegemónica mas, igualmente, como instituição possuidora de uma “lógica” própria, capaz de se sobrepor e “colonizar” as restantes instituições sociais, nomeadamente as que sustentam a democracia (Hepp, 2013; Couldry & Hepp, 2013; Figueiras, 2017). Neste contexto global, a Análise dos *Media* torna-se um campo interdisciplinar, multidisciplinar, e mesmo transdisciplinar, que tem como objetivo programático a identificação, o registo e a explicitação de estratégias de moldagem dos conteúdos mediáticos, bem como a compreensão dos aparatos tecnológicos que os suportam.

1.

OS OBJETIVOS DA *ANÁLISE DOS MEDIA*

Enquanto campo de investigação, a Análise dos *Media* aproxima-se dos objetivos definidos pelas Literacias dos *Media*, área de reflexão e intervenção que envolve o ensino, treino e alfabetização dos cidadãos para o uso, leitura e decodificação dos *media* tradicionais e sociais. Da mesma forma que, nas últimas décadas, o conceito de Literacia se alterou e incorporou competências advindas do desenvolvimento tecnológico e da massificação da informação, assim se expandiu o campo da Análise dos *Media*. Contudo, a proposta deste último conceito situa-se no campo da investigação científica e da profissionalização dos agentes dos *media*, embora tenha como exigência inicial a aquisição das capacidades definidas pelas Literacias. Deste modo a Análise dos *Media* privilegia a análise da informação, as linguagens, as condições técnicas e tecnológicas de formatação, com potenciais reflexos na qualidade dos conteúdos e na qualidade cívica do trabalho dos profissionais. É, também, objetivo destas investigações contribuir para o desenho de políticas públicas e orientar os cidadãos e os profissionais sobre o papel dos *media* em democracia.

Com estas finalidades, o percurso de investigação da Análise dos *Media* pressupõe não só competências de leitura, interpretação, contextualização e decodificação dos meios, como competências que envolvem o empoderamento e a prospeção

face às formas de operar das empresas de *media* e das grandes empresas tecnológicas. No sentido do empoderamento, a Análise dos *Media* não só deve identificar e discriminar os interesses e as formas de operar de conglomerados dos *media* e das empresas tecnológicas, na perspetiva da socioeconomia dos *media*, como deve desenvolver competências que permitam a decodificação da informação, por exemplo, referenciando ‘notícias falsas’ e sítios de *fake news*. A Análise dos *Media* deve, ainda, desenvolver capacidades de prospeção, isto é, competências que permitam perspetivar tendências, mudanças e formas de atuar proativamente face aos *media* e às tecnologias de informação e comunicação. Por exemplo, orientar os cidadãos sobre as ameaças que advém da falta de transparência na composição acionista de empresas de *media* e tecnológicas. Neste percurso, a Análise dos *Media* adquire o estatuto de um campo de intervenção prioritário na aferição da qualidade da atividade dos *media*, da informação veiculada e de garantia da pluralidade dos seus conteúdos, logo, essencial para a vitalidade e saúde das democracias contemporâneas (Harding, 2017).

Podem distinguir-se duas categorias de objetivos da Análise dos *Media*, enquanto investigação do campo social: a primeira, de natureza educacional, visa fundamentalmente o(s) público(s); a segunda tem uma dimensão mais performativa e interessa sobretudo aos profissionais. Assim, em primeiro lugar, é objetivo da Análise dos *Media* contribuir para que os cidadãos comuns e os profissionais que atuam no campo adquiram uma opinião informada e compreendam os mecanismos de produção, circulação e distribuição das mensagens dos *media*, bem como os constrangimentos do campo mediático. Trata-se, como já foi anteriormente referido, de um percurso de alfabetização que, na atualidade, envolve o uso e a compreensão dos dispositivos mediáticos e digitais, mas também elementos de literacia política,

económica, social e outras. A segunda categoria de objetivos visa o desenvolvimento de competências sociais que permitam aumentar as exigências de qualidade, fidedignidade, pluralidade e diversidade nos *media*, principalmente no Jornalismo. Para atingir estes objetivos, são também necessárias competências diversificadas tais como o espírito crítico e a capacidade de aceder a e cotejar informação em bancos de dados e bibliotecas *online*.

Salienta-se que os procedimentos de Análise dos *Media* produzem conhecimento e promovem a proatividade do cidadão enquanto sujeito que empreende e analisa a partir da sua visão de mundo. O conhecimento e as teorias do conhecimento estão na génese da ciência,⁶ que se define como um conhecimento rigoroso e estruturado de objetos e exige procedimentos e linguagens apropriadas de explicitação. Da mesma forma, a Análise dos *Media* pretende ter uma base científica e almeja seguir procedimentos similares aos anteriormente descritos, obedecendo a padrões e referenciando regras.

⁶ A ciência, no entanto, não é uma atividade, nem um procedimento estático, na medida em que surgem elementos novos ou novas abordagens a objetos e fenómenos, situações que geram desconforto entre cientistas e na forma de fazer ciência. Estas situações de inconformismo e de incapacidade de resposta, perante novos fenómenos, originam crises e ruturas nos padrões habituais de interpretação e resolução de problemas. Torna-se, assim, pertinente recuperar as discussões de Kuhn (1970) sobre a ideia de ciência normal; de paradigma dominante, emergente ou em crise; de rutura científica e revolução científica, que permitem uma melhor compreensão e contextualização de como se produz o conhecimento. Na conceção daquele autor, a ciência normal define-se como um campo de pesquisa cujos fundamentos são aceites durante algumas gerações, angariando seguidores e partidários. A partir de um certo momento, o paradigma – conjunto de crenças, regras e práticas explicativas – parece não conseguir explicar os fenómenos que entretanto emergiram no seu campo de estudos, tendo como consequência o despontar de uma nova fase da ciência pautada pelas descobertas – novidades relativas a factos – e invenções – novidades respeitantes à teoria – que desembocam na crise do paradigma dominante, na rutura da ciência normal e na emergência de uma revolução científica (Kuhn, 1970). Esta última é entendida como um empreendimento em construção, em que o conhecimento decorre de um processo de reflexão e de recolha de informações, complexo e dialético.

Nos procedimentos que acompanham a Análise dos *Media*, são de grande inspiração os postulados desenvolvidos por Kuhn (1970) sobre a forma de fazer ciência, as origens da crise do paradigma dominante e os fatores exteriores que estão na origem da transformação do conhecimento. Outra perspetiva a reter é a conceção da ciência como um empreendimento global, constituído ao redor de temas transversais, a partir da contribuição de diversas disciplinas e de metodologias múltiplas. Por exemplo, ao analisar como são reportados nos jornais, papel e *online*, os fenómenos de corrupção, deve ter-se em conta não só os discursos sobre estes fenómenos, as fontes nomeadas e anónimas, mas também a propriedade desses meios, os respetivos contextos políticos, económicos e sociais. O desafio desta análise envolve, pois, a mobilização das teorias do Jornalismo, da Socioeconomia dos *Media*, da Comunicação Política, da Ciência Política, da Língua, da Narratologia, para além das ferramentas metodológicas de análise (sejam as potenciais análises de conteúdo, sejam as análises textuais). Trata-se, de facto, de um processo no qual se combinam questões teóricas e empíricas, num contexto interdisciplinar e multidisciplinar, em que as opções teóricas e metodológicas do pesquisador/analista terão de ser declaradas e justificadas, o que constitui uma provocação⁷ face às formas tradicionais de fazer pesquisa em Ciências Sociais e nas Humanidades.

Salienta-se que esta orientação é comum às Ciências Sociais que – segundo, por exemplo, Appadurai (2001; 2004), Melucci (2005), Beck (2006), Beck & Sznaider (2006), Santos & Menezes (2010), Berry (2012) ou Merkel, Kollmorgen & Wagener, (2019) – enfrentaram, no final do século XX e nas duas décadas do novo

⁷ Considera-se uma provocação o facto de a investigação se socorrer de métodos e metodologias que tendem a fugir aos procedimentos estipulados pelas disciplinas científicas consolidadas, como por exemplo a Sociologia, a Antropologia, a Língua ou a Economia.

milénio, crescentes desafios derivados da emergência de novos campos de pesquisa e do surgimento de novos sujeitos, num mundo em que a ciência e os seus objetos se encontram cada vez mais globalizados. Estes novos campos e sujeitos emergiram com a Globalização e tornaram universal a competição pelo conhecimento, aumentando a ansiedade no mundo académico das Ciências Sociais e Humanidades. Em simultâneo, esta realidade criou, por um lado, uma dimensão democrática na investigação, uma universalização do acesso à pesquisa e aos fenómenos pesquisáveis que põem em questão as tradicionais formas de fazer e validar a ciência. Por outro lado, surgiram diversos elementos de distinção e distribuição desigual de recursos. Entre estes elementos estão o uso preferencial da língua inglesa – que desqualifica ou secundariza a ciência produzida em outras línguas – e as dificuldades em aceder, por razões económicas e políticas, a dados, fontes e bibliotecas virtuais. Um pesquisador, numa universidade portuguesa, enfrenta mais dificuldades de acesso a determinados recursos bibliográficos ou a *softwares* de pesquisa do que um alemão ou um escandinavo. Esta disparidade de acessos é válida a diversos níveis, tais como ao nível local e regional, ao nível nacional e entre países, mas também entre regiões e continentes, o que significa que nem todos os cientistas sociais têm acesso aos mesmos recursos informacionais e aparatos científicos e metodológicos. Em contexto universitário, o acesso a dados, quando estes estão protegidos por direitos de autor, é oneroso para as instituições. O mesmo problema se coloca para a utilização de bibliografia internacional e *softwares* que possam tratar um número considerável de dados. Estes constrangimentos limitam a pesquisa e podem afetar a validade e a qualidade da pesquisa em Análise dos *Media*.

Sublinha-se, ainda, que a ciência, em geral, é uma atividade que envolve uma sociedade civil internacional e uma comunidade

de atores individuais e institucionais, possuidora de um conjunto de teorias e práticas altamente hierarquizadas, estruturadas e definidas. A tendência atual é organizar essa comunidade civil em redes, ganhar escala e reequacionar as fronteiras teóricas disciplinares e das metodologias empíricas. Ao mesmo tempo, há a ambição de reforçar as perspectivas políticas, sociais ou económicas dos fenómenos observados, o que torna possível conceptualizar e tematizar padrões relacionais, colocando o foco, ora no local, ora no nacional, ora no transnacional, ora ainda no translocal ou no global (Merkel, Kollmorgen &Wagener, 2019).

Na Análise dos *Media*, esta perspectiva direciona-se para abordagens transversais sobre determinados temas, como por exemplo a corrupção, que possam ser cotejados e comparados em níveis nacional, regional ou internacional. A fluidez ou diversidade dos objetos, a pluralidade de saberes disciplinares e as estratégias metodológicas, que podem ser mobilizadas no ato de conhecer do sujeito epistemológico, apontam para a complexidade destas análises e exigem uma sólida e diversificada formação teórica e metodológica.

2.

A ANÁLISE DOS *MEDIA* E A TEORIA SOCIAL

Os procedimentos que levam à Análise dos *Media* fundamentam-se na Teoria Social, entendida como um sistema que interrelaciona, organiza, sintetiza e valida ideias e conceitos tendentes a explicar fenómenos do mundo social. A Teoria Social nasceu quando a reflexão sobre a sociedade se autonomizou da filosofia social e política e estabeleceu uma agenda agregada a grandes acontecimentos, como a Revolução Francesa e a Revolução Industrial (Holton, 2002). Ao mesmo tempo, esta reflexão incorporou, desde o século XIX, um pendor crítico que sustentou correntes de pensamento e formas de organização social. A Teoria Social deste período, a que se chama Teoria Social Clássica, esteve sempre em tensão com a relação entre valores modernos e valores tradicionais, sendo que as principais preocupações dos teóricos clássicos europeus, tais como Karl Marx (1818-1883), Émile Durkheim (1858-1917), Max Weber (1864-1920) e Georg Simmel (1858-1918), oscilam e combinam valores modernos, como ciência, razão, liberdade individual, com um património conceptual enraizado no desejo conservador de ordem social. Nos Estados Unidos, a Teoria Social Clássica, em finais do século XIX e primeira metade do século XX, alicerçou-se em noções menos conservadoras de ordem social e mais ligadas ao secularismo e ao individualismo moral, bem como a aspetos específicos do funcionamento de comunidades e grupos. Entre

estes trabalhos, estão os desenvolvidos por George Mead (1863-1931) e Robert Park (1864-1944) e os que abordaram temas como a imigração, o papel da etnia ou a formação da opinião pública nos Estados Unidos, como se observa na obra de Walter Lippman (1869-1974) intitulada *Opinião Pública*.

Na perspectiva de Neuman (2007), a Teoria Social Clássica, a que chamou história do pensamento sobre a sociedade, não deve ser confundida com a concepção atual da Teoria Social que, recorrendo às teorias, conceitos e modelos anteriores, segue um percurso predominantemente indutivo. Para o autor, sem a fundamentação que a Teoria Social Clássica proporciona, neste novo percurso, os fenómenos sociais tendem a ser explicados através de ideias ou princípios que radicam na autoridade de instituições, tais como a família, a escola, a igreja, o exército, o estado ou os *media*; nos momentos históricos, sociais e políticos que impõem graus diferenciados de legitimidade e poder a essas mesmas instituições; na tradição fundada em usos e costumes ancestrais; no senso comum, independentemente de este conter, muitas vezes, contradições e preconceitos, e, por fim, nos mitos construídos pelos *media* e pelo Jornalismo.

A forma como se compreende, hoje, a Teoria Social, determina duas abordagens à realidade empírica social. Uma abordagem é dedutiva e parte de um enquadramento teórico específico e de um conjunto organizado de conceitos, para a formulação de hipóteses que serão validadas após a coleta e a análise de dados. A outra abordagem é indutiva e parte da análise dos dados empíricos recolhidos para a construção de uma teoria e formulação de conceitos. Na análise dos fenómenos dos *media*, tanto se pode partir de um determinado enquadramento teórico para explicar um fenómeno – percurso dedutivo – como partir da observação dos fenómenos para a construção, ou verificação, de teorias e conceitos – percurso indutivo.

Exemplificando o que anteriormente se descreveu: a partir do tema abstenção em uma eleição política, se for aplicada uma abordagem indutiva, parte-se dos resultados recolhidos sobre as eleições e sobre a abstenção, para a interpretação deste fenómeno à luz da Teoria Social, nomeadamente recorrendo às teorias políticas. Já num percurso dedutivo, parte-se da Teoria Social e das teorias políticas para a análise dos fenómenos da abstenção eleitoral.

A Teoria Social apresenta três paradigmas ou abordagens principais, a positivista, a interpretativa e a crítica. Estes paradigmas implicam determinados enquadramentos teóricos, grupos de conceitos ou técnicas de pesquisa. A perspetiva positivista na Teoria Social remonta a Augusto Comte (1798-1857) e a Émile Durkheim (1858-1917) e assume que a realidade social é feita de fenómenos que podem ser medidos de forma objetiva, com base em análises estatísticas fundamentadas em teorias experimentais de causa-efeito. O Positivismo atribui um grande valor ao princípio de replicação – capacidade de uma pesquisa poder ser repetida e chegar a resultados semelhantes – efetuado com base no mesmo desenho teórico e num teste final de validação de resultados. Implícita ao paradigma positivista está a ideia de que a análise, por diversos investigadores, dos mesmos factos, com recurso à mesma teoria e às mesmas técnicas, determina resultados semelhantes. Nesta abordagem, privilegia-se a ideia de que o mundo real existe para além dos sujeitos pensantes, os quais devem eliminar o subjetivismo e empreender a recolha regular de evidências, dentro do princípio de que um bom conhecimento empírico resulta da correspondência entre as evidências descritas e interpretadas e o mundo que “está lá fora”. A maior parte das pesquisas positivistas, em Teoria Social, são quantitativas, tais como as sondagens

e os estudos de audiências, os estudos estatísticos de análise de conteúdo de textos ou grandes massas de documentos.

A abordagem interpretativa tem a sua origem em historiadores e sociólogos alemães, do final do século XIX e início do século XX, que procuram uma abordagem alternativa ao Positivismo. Esta abordagem considera que a Teoria Social deve afastar-se das ciências naturais, evitar os estudos quantitativos e estatísticos e respeitar a especificidade da vida e da sociedade humanas. O interpretativismo considera que a realidade social não existe em sentido concreto, mas é um produto da experiência subjetiva e intersubjetiva dos indivíduos. O objetivo é compreender os significados e os conceitos usados por atores sociais, em contextos específicos, com vista a estabelecer padrões de significado. Trata-se de uma análise que valoriza a fundamentação teórica e a interpretação de dados empíricos, recorrendo a métodos empíricos e a abordagens qualitativas, em que a evidência é sempre determinada pelos sujeitos e onde a interpretação construtiva decorre destas subjetividades. Neste sentido, as ideias (teorias) e a experiência (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhem e se interpretam os fenómenos. Desta forma o conhecimento gerado é, ao mesmo tempo, o resultado de um processo cognitivo interno, em que se decide sobre o que pensar, e a conexão entre dispositivos teóricos e metodológicos utilizados na reflexão sobre um assunto, tema ou fenómeno (Burrell & Morgan, 1979; Gephart & Richardson, 2007).

A terceira linha de investigação tem a sua origem nas universidades alemãs que, dentro da tradição filosófica e humanística da Alemanha, convocou cientistas sociais, de tendência marxista, a desenvolverem uma teoria crítica da sociedade. As teorias críticas expandiram-se dentro de um quadro metodológico fundado na Hermenêutica e no recurso a métodos advindos da Sociologia Geral, Marxismo, Psicanálise, Semiótica,

análises textuais e outras. No século XX, a teoria crítica foi utilizada como uma forma, ou modelo, de compreensão da realidade, capaz de explicar fenómenos sociais de diferentes géneses e matrizes. Este modelo apresenta, como características principais, o uso de conceitos das teorias sociais que privilegiam a observação; análise e crítica das instituições, em detrimento da ação individual e das relações intersubjetivas; a ideia de que a vida social é marcada por conflitos e paradoxos de ordem estrutural; o ideal de justiça social como finalidade a perseguir e em constante atualização; o recurso à crítica como denúncia e superação de constrangimentos estruturais da sociedade; o combate pela emancipação social e pela liberdade de cada indivíduo. A influência destas teorias, nos estudos sobre os *media*, faz-se sentir na abordagem à cultura, à construção da opinião pública, aos impactos das indústrias culturais e à designada cultura de massa, nas sociedades ocidentais, nomeadamente por meio dos trabalhos de Benjamin (1928-1940), Adorno (1903-1969), Horkheimer (1895-1973) e Habermas (1929).

A Análise dos *Media* dialoga com as diferentes abordagens da Teoria Social, anteriormente apresentadas, para além de se confrontar com as especificidades do campo dos *media*. Isto quer dizer que, para além do enquadramento teórico e dos contextos que antecedem a análise de fenómenos dos *media*, é necessário ter em conta o meio de comunicação e as suas especificidades. No percurso de análise, cada meio de comunicação, cada dispositivo, apresenta particularidades inerentes à sua funcionalidade, à tecnologia que incorpora e aos públicos a que se dirige, determinando linguagens e formas de expressão específicas, condicionadas quer pelas características tecnológicas do meio, quer pelos públicos/consumidores aos quais se dirige (Bennett, Slater & Wall, 2006).

Por exemplo, numa perspetiva histórica, a imprensa dirige-se a um público alfabetizado, oferecendo uma informação mais aprofundada; a rádio tende a ter uma informação mais condensada, desenvolvendo, separadamente, rubricas relativas a determinados temas; a televisão valoriza a imagem e o movimento e procura os diretos e a informação de última hora; os jornais *online* oferecem interatividade e imediatismo, acessibilidade rápida e a atualização constante da informação.

Acresce ainda que os *media* são empresas, públicas ou privadas, de âmbito nacional, como as televisões de sinal aberto ou os jornais em papel; ou global como o *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp* ou o *Youtube*. Estes meios podem estar, ora sujeitos a cadernos de encargos e concessões, como as televisões privadas em Portugal ou no Brasil, ora num ambiente pouco regulado como, por exemplo, a *Google*. Estas empresas públicas e privadas, que visam o lucro, ou a inexistência de prejuízos, têm estratégias próprias de atuação com o objetivo de não desiludir os proprietários e acionistas. Contudo, enquanto os *media*, ditos tradicionais, se inserem na sociedade e se encontram enquadrados por legislação e por instrumentos de regulação relativamente definidos, estando sujeitos a pressões políticas, económicas e sociais, as grandes empresas tecnológicas encontram-se desreguladas, livres de constrangimentos políticos e económicos.

Exemplificando estas contradições, salienta-se que, em Portugal, os *media*, ditos tradicionais, funcionam dentro de um quadro legislativo, definido pelo Estado português, que regula as concessões e promove a regulação e a autorregulação, e pela União Europeia (UE), que determina procedimentos comuns aos seus membros. Por outro lado, são recentes as medidas tomadas no âmbito da UE para regular a atividade das empresas tecnológicas *Google* e *Facebook*, no sentido de fazer respeitar regras de privacidade e de livre concorrência no mercado.

São identificáveis, ainda, outras diferenças importantes neste cenário dicotômico entre os *media* tradicionais e as empresas tecnológicas que suportam os *media* sociais. Os primeiros estão sujeitos a pressões financeiras, a estratégias de fusão nacionais e internacionais, bem como a mudanças estruturais que decorrem dos desenvolvimentos tecnológicos, nomeadamente dos avanços das telecomunicações e do digital. Ainda relativamente a estes *media*, não são de desprezar as pressões decorrentes da concorrência, do excesso de oferta no mesmo segmento mediático e da partilha de audiências e de mercado publicitário. No que diz respeito aos *media* sociais, suportados pelas empresas tecnológicas, apresentam posições quase monopolistas, no mercado. Por esta razão, não enfrentam concorrência apreciável e determinam as prioridades do seu funcionamento, anulando, por meio da programação da sua rede, os seus concorrentes. Ao mesmo tempo, estas empresas têm a capacidade de potenciar as suas audiências e o seu mercado publicitário a partir da sua estrutura de programação algorítmica.

Embora se verifique uma convergência dos *media*, enquanto um processo que decorre do desenvolvimento das tecnologias e da digitalização, levando a que haja uma aproximação entre

formas de operar de diversos meios, não é possível, no processo de Análise dos *media*, ignorar determinadas especificidades dos dispositivos. Todos os componentes tecnológicos e sociais condicionam a Análise dos *media*, exigindo aos analistas um conhecimento das Teorias Sociais e competências adicionais em tecnologias de informação e comunicação. Deste modo, para além de pré-requisitos fundamentais das Teorias Sociais, que permitam ler, interpretar e contextualizar os fenómenos dos *media*, é fundamental adquirir outras capacidades, tais como procurar e seleccionar informação pertinente em bancos de dados; ter conhecimentos mínimos de programação, para além de identificar propriedades e potencialidades dos dispositivos digitais.

3.

ESTUDOS SOBRE OS MEDIA: ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

Como já foi anteriormente referido, os estudos sobre os *media* iniciaram-se no princípio do século XX e integraram os paradigmas dominantes anteriormente referidos na Teoria Social. Recorda-se que estes identificam-se por uma perspetiva positivista, fundada na observação, registo e quantificação dos fenómenos com vista ao seu tratamento estatístico e determinação de regularidades; uma perspetiva interpretativa e compreensiva que nega a quantificação e a estatística, privilegiando a observação empírica e a criação de teorias particulares que proponham novas formas de conhecer a realidade; uma perspetiva crítica, que procura decodificar os diversos níveis de “realidade” social, assumindo que esta é plural e envolve disputas pelo “poder”.

Nos estudos sobre os *Media* e o Jornalismo, a primeira corrente de estudos expandiu-se nos Estados Unidos, a partir dos anos trinta, em estreita ligação com as análises de mercado e das intenções de voto dos eleitores americanos, como Lippman, 1922; Lasswell, 1927; Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944. A segunda corrente, integrada na perspetiva interpretativista, engloba os estudos, desenvolvidos no mundo anglo-saxónico, associados aos trabalhos sobre a comunicação interpessoal, como Mead, 1934; Watzlawick, Beavin, e Jackson, 1967; os estudos sobre os efeitos dos *media* na sociedade, como os empreendidos por

Klapper, 1960; McCombs e Shaw, 1972; Blumler e Gurevitch, 1975; os estudos sobre as audiências, como os desenvolvidos por Brunsdon, 1978; Morley, 1980 e Moores, 1991. A orientação interpretativista privilegiou as metodologias qualitativas, nomeadamente as pesquisas de campo, os vários modelos de observação e as entrevistas. A terceira linha de investigação, fundada na teoria crítica, tem uma tradição humanista e iluminista, como demonstram as obras de Adorno, 2003; Habermas, 1978; 1984; 1987; 1992 e Horkheimer, 1976, dominando o pensamento ocidental, desde o início do século XX até meados da década de oitenta, mobilizando um argumentário crítico, conceptual e teórico, na análise dos impactos do desenvolvimento tecnológico e das indústrias da cultura na sociedade ocidental. As teorias críticas expandiram-se dentro de um quadro metodológico aliçado na Hermenêutica e no recurso a métodos advindos da Sociologia Geral, Marxismo, Psicanálise, Semiótica e análises textuais, como se explicitou.

Quando se empreende uma pesquisa sobre os *Media*, é importante abordar os contextos de produção de empresas, proprietários, anunciantes, quer a partir da análise de conteúdos e dos diversos géneros jornalísticos e mediáticos, quer a partir da análise dos impactos sociais dos *media* na sociedade, como os estudos de audiências e efeitos cognitivos em segmentos de públicos específicos. Nos estudos sobre contextos de produção da análise, são considerados princípios de economia e organização de mercado internacional e nacional; questões relacionadas com a legislação sobre os *media*; o acesso à propriedade, bem como as cotas de mercado publicitário dos *media*. Os estudos podem incidir ainda, sobre a propriedade dos *media*, a sua inserção nos grupos nacionais e internacionais e investigar as cotas de mercado publicitário atribuídas pelo Estados/Governos aos grupos ou empresas dos *media*.

Analisar os fenómenos dos *media* exige a identificação do meio de comunicação que se pretende analisar, a enunciação dos contextos de análise, tais como tempo, espaço, dados de contextualização e das teorias produzidas em torno desse meio. O percurso de investigação requer, também, a discriminação da natureza dos objetos a observar, caso digam respeito a textos escritos em papel, *online*, imagens ou sons, e uma tomada de decisão sobre o tipo de métodos a utilizar. Estes podem ser quantitativos ou qualitativos, com recurso à análise de conteúdo em todas as suas vertentes, ou às análises textuais (análises narrativas, análises do discurso, semiótica).

Quando se pretende pesquisar os impactos dos *media* na sociedade é necessário, igualmente, conhecer os contextos históricos, políticos e sociais, para além do contexto mediático. São estudos predominantemente interdisciplinares e transdisciplinares, recorrendo, por isso, aos enquadramentos da Teoria Social. Estas investigações centram-se na propriedade e atuação dos *media*, nas utilizações destes pelos cidadãos, bem como nas formas como estes se relacionam, negociam ou se apropriam das mensagens e conteúdos. Com estes objetivos, são utilizadas metodologias quantitativas, como é o caso dos estudos de audiências e de sondagens, ou metodologias qualitativas, nomeadamente de recolha de dados a partir da observação, da etnografia ou de grupos de foco. Em função do desenho e do objeto de pesquisa, recorre-se a estudos de caso, que são, também, uma variante da pesquisa. Os estudos de caso permitem observar um determinado objeto em profundidade e, a partir dos resultados obtidos, inferir generalizações para fenómenos com características comparáveis. Por exemplo, os estudos realizados no Brasil e em Portugal, desde a década de noventa do século XX, tendem a integrar uma componente empírica, embora mantenham uma preocupação teórica e epistemológica constante. Assim,

os trabalhos desenvolvidos por Traquina (1993), Traquina *et al.* (2001), Lopes (2003), Lago e Benetti (2007), Braga *et al.* (2010) têm como objetivo discutir e adequar teorias, conceitos e metodologias, bem como explicitar e interpretar fenómenos sociais em contextos mediáticos diversos. São também, publicações que têm como finalidade divulgar e criar uma bibliografia de apoio a cursos académicos de Jornalismo e Ciências da Comunicação em Portugal e no Brasil.

A complexidade crescente do ecossistema mediático refletiu-se nos percursos metodológicos adotados, exigiu uma maior flexibilidade na utilização de métodos mistos, quantitativos e qualitativos, e sublinhou o papel da cultura e da sociedade na análise dos fenómenos mediáticos. Como refere Pickering (2008), é necessário ter em consideração o papel da experiência individual e das histórias do mundo social que influenciam os *media*, bem como os usos e consumos individuais e coletivos que determinam as utilizações dos dispositivos mediáticos. Com a utilização destes métodos pretende-se compreender a inter-relação que se estabelece entre dispositivos e, por conseguinte, como circulam as mensagens entre *media mainstream* e *media* sociais (Carlón, 2017). Neste contexto, surgiram novas perspetivas para a análise de conteúdo e reconfigurou-se o interesse pela compreensão das linguagens, dos discursos e das narrativas.

A conceção de Análise dos *Media* foi alterada pela revolução digital, a omnipresença dos *media* sociais, a imensidão de utilizadores/produtores de conteúdos, o crescimento exponencial de dados e os *big data*. Por um lado, os *media* sociais “canibalizaram” os *media* tradicionais, fechados nas grelhas e condicionados à sua tecnologia. Enquanto os primeiros, pela natureza dos seus aparatos, oferecem espaços, plataformas para a socialização, interatividade, partilha de conteúdos, comentário, debates públicos e troca de informações, os segundos, embora

migrem entre dispositivos, continuam, dada a sua natureza, condicionados por emissores todo-poderosos e progressivamente dependentes de estratégias de publicitação nos *media* sociais.

A Análise dos *Media* tradicionais sempre teve como pressuposto a possibilidade de aceder a um material de análise coerente, o *corpus*, constituído por textos, imagens e som, advindos de meios como a imprensa, a rádio ou a televisão. Por sua vez, na análise dos *media* sociais, o fluxo, o volume ininterrupto de dados e as dificuldades genéricas de recolha tornaram impossível esse constructo. Neste sentido, os *media* sociais e os dados que produzem reorientaram a forma como se pensa os dados e se faz pesquisa em Ciências Sociais.

Estas condicionantes tornaram a Análise dos *Media* uma atividade de empresas, muitas vezes associadas a interesses económicos, políticos, financeiros e outros, que se dedicam a recolher dados e a observar tendências, a partir da utilização de *softwares* específicos, na medida em que os *big data* exigem o processamento veloz de um grande volume e variedade de dados. Aqui, pode evocar-se as empresas de estudo de mercado e processamento de informação, tais como a Marktest ou, ainda, empresas de processamento e análise de dados para a comunicação estratégica, como a extinta *Cambridge Analytica*.

Em consequência deste cenário, a pesquisa sobre os *media*, tradicionais e sociais, tem suscitado acrescido interesse aos cientistas sociais, embora a sua concretização dependa progressivamente da engenharia informática e da programação e utilização de *softwares* especializados. O despertar de atenção dos cientistas sociais decorre do volume de dados produzidos nos *media* sociais, com repercussão nos *media* tradicionais, bem como em função dos fenómenos sociais que geram, nomeadamente em eleições e outros fenómenos políticos. Os contextos da realidade social têm demonstrado que não se pode estudar

separadamente os fenómenos sociais e os fenómenos dos *media* sociais. A ilustrar, de forma clara, esta inter-relação, cita-se a utilização do *Youtube* e do *WhatsApp* na campanha eleitoral e nas eleições brasileiras de 2018 e o governo *by Twitter* do presidente Donald Trump nos Estados Unidos.

Neste contexto e tendo em conta o papel dos *media* sociais, no quotidiano das sociedades e das democracias, introduz-se um IV capítulo que visa discutir os desafios que estes *media* representam à pesquisa em Ciências Sociais.

II.

DESENHAR

UMA PESQUISA

SOBRE OS *MEDIA*

Considera-se que há duas grandes abordagens na investigação: a pesquisa teórica ou básica e a pesquisa empírica. A primeira contribui para o aprofundamento teórico e conceptual de uma perspectiva científica constituída, com o propósito de manter a lógica interna e o rigor do desenho metodológico consolidado; a segunda, objetiva observar e coletar dados (fenómenos sociais) de forma controlada, tendo referenciais teóricos como parâmetros. A pesquisa empírica apresenta, ainda, uma dimensão social ou aplicada, que tem como objetivo descrever e propor soluções para determinados fenómenos sociais, estando, por esta razão, associada a políticas públicas.

A escolha do objeto a pesquisar e do tipo de pesquisa a realizar é que determinará as metodologias, modelos, métodos e instrumentos a utilizar, assim como o tipo de estudo a desenvolver. As abordagens mais comuns são os estudos exploratórios, ou piloto, com o objetivo de identificar uma problemática; os estudos descritivos que visam descrever os fenómenos como são observados; os estudos correlacionais que estudam as relações entre variáveis dependentes e independentes; os estudos explicativos que buscam o porquê dos fenómenos e estabelecem relações de causa-efeito (Hernández, Fernandez e Baptista, 2003).

A Análise dos *Media* constitui-se como uma pesquisa empírica, envolvendo uma dimensão social que pretende contribuir para políticas públicas sobre os *media*, a literacia mediática, digital e informacional. Tal como foi referido no capítulo I, analisar os *media* exige a mobilização de um enquadramento teórico que permita relacionar sistemas, teorias, conceitos e ideias sobre o mundo social (Seale, 2006: 34; Neuman, 2007: 24). As reflexões, assim organizadas, articulam-se num contexto, que é uma construção fornecedora de *background* para o estudo dos indivíduos, grupos, sociedade, fenómenos, acontecimentos ou eventos. Entre o contexto e o enquadramento há uma circularidade de interações que levam

à identificação das teorias e conceitos relevantes para a explicação dos factos, dados ou estatísticas recolhidos. Deste modo, o contexto constitui um conhecimento inter-relacionado e em constante atualização, determinado pelo enquadramento de fenómenos, datados no espaço e no tempo. O processo de inter-relação leva, por sua vez, à produção de um conjunto renovado de reflexões, simultaneamente, instigadoras da pesquisa social e determinantes de opções metodológicas, que proporcionam múltiplas explicações sobre os acontecimentos do mundo a observar (Turner, 2002).

As dimensões teórica e empírica da Análise dos *Media* determinam a sua complexidade, bem como a sua interdisciplinaridade.

POR EXEMPLO, num estudo de caso sobre a cobertura jornalística da corrupção política, observa-se uma dimensão teórica que mobiliza as Teorias sobre o Jornalismo, o Direito, a Ciência Política e, eventualmente, outras áreas disciplinares das Teorias Sociais. Ao mesmo tempo, a dimensão empírica desta investigação terá de optar por metodologias quantitativas ou qualitativas, pela definição do que é um estudo de caso, e analisar, por exemplo, dados nacionais e internacionais sobre corrupção; número de casos reportados na Justiça e nos meios de comunicação; volume de notícias publicadas sobre cada caso; narrativas e personagens construídas em torno de acontecimentos, bem como outras informações.

À complexidade global do processo de investigação acrescem questões inerentes à vertente empírica da pesquisa, tais como estabelecer a pertinência de um determinado objeto de análise, delimitar a extensão do material ou obter o acesso aos dados. A investigação empírica obriga, de imediato, à tomada de decisões que determinarão a pertinência e validade do processo.

POR EXEMPLO, a diversidade de meios: em que *media* insidirá a análise (imprensa, rádio, televisão ou redes sociais?); qual será a extensão e a quantidade de dados significativos para uma pesquisa (serão suficientes os dados de três jornais televisivos de três canais, durante três meses?). Estas e outras decisões, de igual importância, terão de ser tomadas no início da investigação empírica.

A estas questões iniciais somam-se dificuldades de acesso aos materiais e dados, que constituirão matéria de análise. Como a Análise dos *Media* tem como objeto os *media* tradicionais e sociais – os seus conteúdos, incluindo notícias, produzidos e veiculados pelos mesmos meios –, é imprescindível ter-se acesso a esses materiais, embora estejam condicionados por direitos de propriedade e de autor. Acresce, ainda, que a captura desse material, por exemplo, nas televisões ou nas redes sociais, envolve procedimentos específicos através de *softwares* que incluem, igualmente, ferramentas de análise sofisticadas e onerosas para a maioria dos analistas académicos.

Nota-se, ainda, que se observam obstáculos crescentes no acesso a dados, ditados por legislação que visa a proteção dos mesmos e onera a sua utilização. Por exemplo, quando se pretende fazer um estudo sobre a cobertura jornalística na televisão, nos canais de acesso livre, do tema corrupção entre os anos de 2010 a 2020, além da solicitação, e eventual pagamento, do material recolhido por empresas que, por sua vez, já são obrigadas a pagar, como a Marktest ou a Cison, deve ter-se em conta os direitos de autor do material utilizado. Restrições são colocadas, a um nível ainda mais sofisticado, a dados recolhidos na *web*, não só pela necessidade de aceder a *softwares* sofisticados, como por questões de tratamento e privacidade dos dados.

Os materiais de análise, que poderão ser eleitos para fins de pesquisa académica ou treinamento profissional, estão, por esta

razão, condicionados por múltiplos constrangimentos. Por conseguinte, na graduação, nos mestrados, nos doutoramentos e nos projetos de investigação, tende-se, preferencialmente, a eleger como objetos de pesquisa documentos de imprensa, programas de televisão, rádio e produtos advindos dos *media* sociais. A opção por estes materiais e documentos, a delimitação do *corpus*⁸ que é realizada, permite aos estudantes e pesquisadores exercitar procedimentos de análise e obter resultados válidos, fundados em amostras, estudos de caso ou estudos exploratórios, que não envolvem, na generalidade, grande volume de dados e o recurso a protocolos de análise fundados em *softwares* sofisticados.

Estas observações pretendem delimitar o âmbito da exposição empreendida no livro *Análise dos Media*, que tem como finalidade exemplificar, de forma pedagógica e científica, o trajeto e os procedimentos da pesquisa aplicáveis aos diversos meios. No capítulo IV intitulado “Desafios dos *Media* Sociais” aborda-se, de forma exploratória, a problemática de investigação em Ciências Sociais e Humanas, onde se inclui os Estudos dos *Media* e o Jornalismo, gerada pela expansão das TIC e pela proliferação dos *big data*.

Enunciados estes contrangimentos à pesquisa, expõem-se as diversas etapas de uma investigação empírica sobre os *media*, tendo como exemplo o tema “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”. A escolha deste tema como exemplo prende-se com a sua pertinência nacional e internacional e a sua relevância no quotidiano do Jornalismo. Com esta exemplificação, pretende-se contribuir não só para a explicitação dos procedimentos da *Análise dos Media*, mas também para a compreensão das dinâmicas da cobertura jornalística de um fenómeno global.

⁸ *Corpus*: coleção finita de materiais, previamente determinada pelo/a pesquisador/a; um banco de dados aleatório ou construído de forma propositada com objetivos de pesquisa (Deshaies, 1997).

1.

PREPARAÇÃO DA ANÁLISE: DIMENSÕES CONTEXTUAIS

Como foi anteriormente explicado, qualquer investigação em Análise dos *Media* pressupõe o domínio prévio de um conjunto de saberes relativos quer ao funcionamento dos *media*, quer às temáticas implicadas no objeto de estudo. Por exemplo, o desenho de uma análise sobre a “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal” envolve três grandes conjuntos de saberes ou dimensões contextuais: **i)** um primeiro conjunto no âmbito da composição do sistema mediático e do Jornalismo; **ii)** um segundo conjunto situado no campo da política e tendo como contexto as relações entre *Media*, Política, Economia e Estado; **iii)** um terceiro e último conjunto de saberes abarca questões metodológicas gerais.

- i)** Na primeira dimensão contextual, encontram-se os saberes relativos à composição do sistema mediático português, nomeadamente a propriedade e a organização das empresas dos *media* e do Jornalismo; as formas de financiamento; o papel da publicidade; as orientações internas e externas, e as que advém da regulação e da incorporação de diretivas europeias. Neste sentido, é relevante conhecer a estrutura dos grupos e empresas de *media*, a internacionalização do setor, os seus interesses

e atividades (Silva, 2004; Martins, 2006; ERC, 2015; ERC, 2018), a sua história, tendências políticas e interesses a que estão vinculados; o quadro legislativo europeu e português; o papel dos reguladores, como a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), que regula e supervisiona o setor das comunicações eletrónicas e a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que visa regular e supervisionar os meios de comunicação social. Constituem elementos a considerar os dados sobre telecomunicações e alterações tecnológicas; a convergência entre plataformas e as consequentes mudanças nos perfis de espectadores, audiências e utilizadores (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009; OBERCOM, 2014); na forma de aceder, consumir e interagir em relação aos conteúdos e dispositivos (Jenkins, 2009) e, no caso de Portugal, as alterações que se perspetivam com a introdução da rede 5G (Cardoso & Baldi, 2019).

A organização do sistema mediático português torna-se mais compreensível à luz do modelo de McQuail (2003: 252) que esquematiza as inter-relações, constrangimentos e contextos na atuação dos *media*, com a vantagem de identificar um conjunto de pressões externas e internas. Entre as primeiras, salienta-se as resultantes da abundância ou escassez da matéria-prima; o papel da legislação existente e as formas de controlo do Estado; a concorrência entre empresas e as dimensões de mercado; as estratégias empresariais e o perfil das audiências e públicos. Entre as pressões internas, destaca-se o tipo de gestão e organização das empresas; a adoção e acesso a novas tecnologias; a qualificação e motivação dos profissionais. Acrescenta-se ainda que as noções de socioeconomia dos *media* contribuirão, quer para estabelecer as hipotéticas

inter-relações entre padrões de cobertura jornalística e a cultura empresarial, profissional e política dos agentes envolvidos, quer para equacionar as relações com os contextos externos tais como a cultura democrática, os interesses económicos e financeiros em presença, assim como os desafios e estratégias de globalização e de acesso ao digital em cada país (Blumler & Gurevith, 2000). São de considerar, ainda nesta primeira dimensão contextual, as teorias da notícia, os critérios de noticiabilidade, de agendamento, o acesso a fontes e a cultura profissional dos jornalistas. Neste sentido, pressupõe-se conhecimentos acerca das diversas teorias da notícia,⁹ a legislação sobre os jornalistas e os *media*, tal como o Estatuto do Jornalista, os dados sociológicos sobre os jornalistas e sobre a situação laboral (Neveau, 2005; Garcia, 2009; Rebelo, 2011; Crespo, 2017; Miranda, 2019). As correntes interpretativas da notícia e do Jornalismo, bem como os seus pressupostos e pontos de vista, tenderão quer a suportar as múltiplas aceções do que se entende por cobertura jornalística e o papel dos profissionais, quer a determinar como se efetiva a cobertura jornalística da corrupção política e, por conseguinte, a determinar como se orientará a análise dessa cobertura.

⁹ Como principais teorias da notícia elencam-se as que têm como fundamento os seguintes pressupostos: a notícia reflexo/espelho da sociedade (Schudson, 1997); notícia como ação pessoal (White, 1993); notícia como construção da realidade (Tuchman, 1978); notícia como reprodução dos interesses e da ideologia dominante (Hall et. al., 1993); a notícia como construção social da realidade (Berger & Luckmann, 1987); a notícia como produto de interações sociais de diversa grandeza (Berkowitz, 1997). São ainda de considerar as teorias que visam observar: a notícia como fruto de contextos e práticas profissionais determinados; como produto de uma comunidade interpretativa sujeita a uma crítica sistemática (Zelizer, 1993; 2003; 2017); a notícia como infoentretenimento (Sparks & Tulloch, 2002); a notícia como estratégia de mediatização (Strömbäck, 2017) ou deturpação premeditada e intencional de factos (*fake news*) (Tambini, 2017; Harding, 2017).

Ainda deverão estar presentes os critérios de agendamento e de noticiabilidade (Whal-Jorgesen & Hanitzch, 2009); as práticas de Jornalismo em diferentes suportes e plataformas (Fenton, 2010; Deuze, 2012); os estudos sobre fontes e acesso privilegiado a fontes na era da convergência digital (Berkowitz, 2009; Pavlik, 2004); as relações entre jornalistas e políticos em ambientes e cenários mediatizados e digitais (Van Dalen *et al.*, 2011; Van Dalen, 2019) . Estes aspetos são chamados à colação no sentido de permitir avaliar as rotinas e critérios que levam a estabelecer valores-notícia quando do agendamento e da análise dos fenómenos de corrupção política, bem como a identificar o tipo de fontes utilizadas e a sua qualidade, como por exemplo as fontes oficiais, oficiosas, anónimas, as fugas de informação na justiça e outras. O conhecimento destes múltiplos enquadramentos teóricos, inerentes às teorias do Jornalismo e da notícia, permitirão uma melhor compreensão dos fatores que condicionam a cobertura jornalística da corrupção política.

Constituem, também, factores incontornáveis no Jornalismo e na produção de notícias as mudanças tecnológicas espolietadas pela introdução das redes 3G, 4G e 5G, que levaram inicialmente à migração do analógico para o digital; à expansão dos *media* sociais; à universalização dos dispositivos móveis e, mais recentemente, às mudanças introduzidas pela *internet* das coisas (Bell *et al.*, 2017). Estas tecnologias permitiram a expansão da chamada “Imprensa nas Plataformas” que, universalizada pelos agregadores de conteúdos e pelas redes sociais, atuam como *publishers*, ao divulgarem conteúdos jornalísticos disseminados a partir de algoritmos.

ii) A segunda dimensão contextual pressupõe noções sobre política, sistema político e organização política. Este momento diz respeito à obtenção de elementos sobre a arquitetura das instituições democráticas do Estado, da organização e cultura partidária; do mapeamento de atores políticos incluindo o papel dos *media*; das tendências da comunicação política ou da mediatização da política. Em política, subentende-se que possa compreender-se que esta atividade envolve a gestão da coisa pública e tem como referência o Estado (Bobbio, 2004: 954). A ação política deve ser perspectivada como sistémica, isto é, como uma atividade que inter-relaciona elementos estáveis, constituintes da estrutura, e elementos conjunturais que podem ser alterados em função de contextos históricos, económicos, sociais e políticos.

Subentende-se que a perceção dos sistemas políticos deva incluir as relações entre componentes políticos e organizações (por exemplo, formas e instituições de governação, legislação, regimes eleitorais ou opções constitucionais), bem como atitudes e valores adstritos a uma determinada cultura política; os papéis dos agentes políticos; as orientações ideológicas; a cultura e o carácter nacional dos políticos e dos cidadãos. Subentende-se, também, que exista a compreensão das especificidades de cada país, independentemente das similitudes nas estruturas de organizações, e a assunção de que estas peculiaridades configuram um padrão único de orientação para a ação política (Wiseman, 1971). Para que seja possível identificar particularidades inerentes a cada sistema, é necessário que haja, da parte dos pesquisadores, um leque de informações sobre os contextos económicos, sociais e políticos dos sistemas políticos

ocidentais.¹⁰ Aliás, dada a complexidade destas questões, as equipas de investigação devem ser preferencialmente multidisciplinares, carreando saberes tão diversos quanto as exigências reclamadas pelo objeto de estudo.

Neste contexto, será conveniente recordar que o Estado compreende duas esferas de entendimento: uma abstrata, como realidade conceptual, e uma institucional, enquanto forma de organização política. A esfera abstrata permite dissociar o poder de quem o exerce, originando um espaço público e um espaço privado. Convocam-se, então, os conhecimentos adquiridos no sentido de diferenciar o espaço público do espaço privado, relembrando que o primeiro se caracteriza como um lugar de formação das opiniões e das vontades políticas que garantem a legitimidade do poder, enquanto o espaço privado se distingue pela prevalência do domínio individual e íntimo. Relembra-se ainda que os *media* constituem uma extensão do espaço público e proporcionam, em regimes democráticos, uma comunicação tendencialmente democrata. Já o campo institucional do Estado refere-se à organização política e apresenta três componentes fundamentais, o povo, o território e poder político. O Estado institucional tem como finalidade garantir a existência de uma sociedade através da afirmação e defesa da identidade do grupo; proteção da ordem social; regularização de conflitos sociais e harmonização de interesses (Moreira, 1979). Pressupõe-se, ainda, que estes conceitos tenham sido objeto de reflexão à luz do

¹⁰ Por exemplo, perceber os diversos contextos da ideia de democracia – tal como democracia liberal e democracia social – nos países que compõem a União Europeia e nos Estados Unidos. Ou ainda, poder distinguir o que é uma democracia representativa e uma democracia participativa, ou identificar as características de um sistema presidencial e de um sistema parlamentar.

contexto da formação da UE, nomeadamente no que toca à soberania dos Estados e ao funcionamento dos *media*. Convém ainda lembrar que, nas sociedades ocidentais de democracia avançada, os conceitos de opinião pública e de esfera pública e privada adquiriram uma enorme importância na compreensão das transformações da política. Numa aceção abrangente, opinião pública envolve três sentidos complementares. No primeiro sentido, diz respeito à expressão pública de opiniões, opondo-se, assim, à expressão de opiniões em ambientes privados. Num segundo sentido, compreende a expressão da opinião de um público, isto é, a expressão da opinião de um conjunto significativo de cidadãos. Por último, o conceito define-se pelo seu objeto: a coisa pública. Para que se possa falar verdadeiramente da produção ou existência de uma opinião pública, estes três sentidos devem estar presentes. A esfera pública é, por sua vez, um conceito abrangente e crucial para o bom funcionamento da democracia, mas a sua eficácia tem vindo a ser colocada em causa pelas mudanças introduzidas pelas redes sociais e pelo controlo de empresas que visam quer o lucro, quer agirem como influenciadoras da opinião pública (Fuchs, 2014). A esta situação soma-se a natureza tecnológica e emocional das redes sociais, que tendem a proporcionar debates políticos polarizados ou sectários e, por conseguinte, a restringir o papel da esfera pública como espaço de democracia (Cela, 2015). Assim, as alterações tecnológicas, nos países ocidentais, tendem a refletir-se na qualidade da democracia.

Desde o início do milénio os Estudos sobre os *media* e o Jornalismo na Europa, sobretudo nos países nórdicos, teorizaram o conceito de mediatização, para explicar as mudanças operadas nas últimas décadas. Os investigadores

nórdicos consideram que os meios de comunicação, sobretudo a televisão, mas também as redes sociais, são atores sociais, que agem em conformidade com interesses próprios. Nesta dinâmica, os investigadores identificam uma “lógica” de atuação dos *media*, com reflexos na democracia, que envolve opções técnicas como formatos, conteúdos, *editing*, *layout*, diagramação, grafismos, ilustrações, ritmos e discursos. Fazem parte, ainda, desta “lógica”, agora numa perspetiva tecnológica, a estrutura das redes sociais, a programação algorítmica, a optimização, realizada por empresas, de dados produzidos pelos utilizadores. Todas estas características e opções dos *media* e das empresas tecnológicas contribuem para aumentar o seu poder, não escrutinado, e constituem “a voz”, “o som”, “a imagem” e “o conhecimento” que condicionam a mundivisão dos cidadãos.

Embora todas estas questões constituam a razão de ser da Análise dos *Media*, nem todas elas estão contempladas, com a mesma profundidade neste livro, sendo, contudo, conveniente enunciá-las enquanto factores determinantes dos procedimentos de análise. A mesma observação se coloca relativamente ao exemplo que elegemos, “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”.

- iii) A terceira dimensão contextual centra-se na recuperação de alguns princípios metodológicos, tais como conceito, teoria, paradigma, modelo, hipóteses e tipos de pesquisa. Assume-se que os conceitos são modos de entendimento e de descrição indispensáveis à construção de raciocínios abstratos e teóricos, expressando ideias através de símbolos ou palavras (Neuman, 2007: 27; Silverman, 2006: 52).

Já as teorias surgem como um conjunto sistematizado de conceitos, e de relações entre conceitos, que se reforçam mutuamente e constituem a linguagem de uma ciência (Neuman, 2007: 27). Os conceitos e as teorias articulam-se em hipóteses, isto é, proposições que devem ser testadas a partir de um pressuposto, que deverá ser confirmado ou refutado (Silverman, 2006: 52; Deshaies, 1997: 246). A ideia de paradigma surge, em Kuhn (1970: 220), como uma constelação de crenças, valores e técnicas partilhadas pelos membros de uma comunidade determinada. Resultam da combinação de pressupostos filosóficos, de modelos teóricos, de conceitos-chave, de resultados influentes de investigações, constituindo um universo habitual de pensamento para os investigadores, num dado momento de desenvolvimento de uma disciplina (Léssard-Hérbert, Goyette & Boutin, 1994: 19). Por sua vez, os modelos são construções e representações, muitas vezes gráficas, de um conjunto de regras que regem a descrição ou explicação de uma realidade social. O seu objetivo é sintetizar e enquadrar um processo de pesquisa, com vista a explicar a realidade o que faz com que seja possível a construção de múltiplos e diversificados modelos (Silverman, 2006: 52; Creswell, 2009).

Por exemplo, Ragin (1994: 51) apresenta um modelo para as Ciências Sociais, em que identifica, em função dos objetivos a atingir, o tipo de pesquisa e metodologias a utilizar. Deste modo, para este autor, numa análise que visa a apreensão dos padrões gerais de um fenómeno, é aconselhável a utilização de metodologias quantitativas; já para a compreensão de sentidos são aconselháveis as metodologias qualitativas. Um outro modelo, muito utilizado nos Estudos dos *Media*, é o modelo interativo de Maxwell

(2005) que, em função das questões iniciais de pesquisa, articula: o quadro conceitual (as teorias e os conceitos); os objetivos da pesquisa; os métodos e a validação dos dados obtidos. Este modelo tem a vantagem de promover um processo multi-direcional e interativo que permite a aferição e o cruzamento de dados ao longo da pesquisa. A complexidade crescente dos fenómenos sociais e os desafios de interpretação têm direcionado a pesquisa para o contrução de múltiplos modelos e a utilização de métodos mistos. Estes métodos procuram responder a uma visão holística da investigação, ao apresentar uma abordagem flexível, que pode ser qualitativa ou quantitativa, e visa recolher, bem como gerar um conjunto de informações diversificadas e complementares.

POR EXEMPLO: uma pesquisa complexa, que utilize métodos mistos, pode recorrer à construção de uma base de dados, à utilização de dados estatísticos, assim como extrair dados – ao fazer análises de conteúdo ou do discurso – de questionários, entrevistas ou grupos de foco. Neste sentido, os métodos mistos contribuem para a consistência dos resultados obtidos e para uma visão multifacetada dos fenómenos observados.

2.

JUSTIFICAÇÃO DO OBJETO DA INVESTIGAÇÃO

Todas as pesquisas sobre os *media* e o Jornalismo são, à partida, pesquisas interdisciplinares que articulam conhecimentos sobre os meios de comunicação e o tema por eles trabalhado. Estas pesquisas têm uma natureza empírica e visam observar e recolher dados de forma controlada, elegendo um *corpus*, que é previamente delimitado (Neuman, 2007:13), na sua dimensão física e temporal. Há também em muitas das pesquisas sobre os *media*, uma dimensão social com vista a promover a investigação-ação e contribuir para a construção e ou renovação de políticas públicas.

O caso tomado como exemplo, a “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, envolve saberes advindos de diversas áreas disciplinares, tais como o Jornalismo, a Ciência Política e o Direito. O exemplo apresenta-se como um estudo exploratório, circunscrito a determinados meios de comunicação, previamente identificados, e a um período temporal determinado. Assume-se não só a importância cívica deste tema e do conhecimento que a análise destes fenómenos possa gerar em Portugal, mas também a relevância de estudos comparativos posteriores, que permitam cotejar fenómenos da mesma natureza, em outras regiões e países. Para a consecução destes objetivos, salienta-se a capacidade de a Análise dos *Media* gerar bases de dados, por meio

de metodologias de análise de conteúdo, que permitirão observar tendências, identificar cenários e atores. Na análise da cobertura jornalística da corrupção política, será possível, por exemplo, enunciar a tipologia dos crimes, estabelecer relações entre atores económicos e políticos, bem como anotar fugas de informação.

Por conseguinte, o caso que elegemos como exemplo, a “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, vai permitir: i) apresentar ferramentas metodológicas que permitam a elaboração de uma pesquisa científica sobre os *media* e o Jornalismo; ii) chamar a atenção para a importância da corrupção política nas sociedades democráticas, particularmente em Portugal; iii) alertar e proporcionar informação segura e credível aos cidadãos *em geral e aos profissionais dos media em especial, sobre as questões que envolvem a cobertura jornalística destes fenómenos.*

- i) O primeiro objetivo pressupõe a aquisição de competências que permitam desenhar uma pesquisa científica, a partir de uma estratégia desenvolvida por meio de etapas. Este processo de elaboração envolve a seleção de um *método de trabalho* que tem como finalidade última a *elucidação do real* (Quivy & Van Campenhoudt, 1992:13). O método de trabalho é um conjunto de processos ou operações mentais que fundamentam a linha de raciocínio adotada pelo pesquisador, quando inicia uma determinada pesquisa. O método apresenta-se, também, como um percurso científico em que se coloca(m) o(s) problema(s) e se avançam hipóteses, isto é, raciocínios que partem de um pressuposto, de uma afirmação ou proposição, para posterior validação (Deshaies, 1997).

Ao utilizar uma estratégia fundada em etapas de investigação, incorporam-se princípios fundamentais do procedimento científico que, segundo Quivy e Van Campenhoudt (1992: 23-24), citando Bourdieu, Chamboredon e Passeron (1968), se desdobram em três momentos: rutura com o conhecimento estabelecido; construção de novo conhecimento e verificação dos novos conhecimentos.¹¹

Assumindo estes pressupostos, opta-se por apresentar um desenho de pesquisa adaptado à *Análise dos Media*, com base nas propostas de Quivy e Van Campenhoudt (1992), fundado em sete etapas, que se explicitarão circunstanciadamente adiante:

- 1.^a etapa: a pergunta de partida;
- 2.^a etapa: a exploração;
- 3.^a etapa: a problemática;
- 4.^a etapa: a construção do modelo de análise;
- 5.^a etapa: os métodos de investigação;
- 6.^a etapa: a recolha de dados;
- 7.^a etapa: a interpretação.

¹¹ Este percurso encontra-se também sistematizado em Kuhn (1970; 2005), quando se afirma que a ciência, ao não conseguir explicar determinados fenómenos, entra em crise, gerando um momento de incerteza (pesquisa extraordinária) relativamente a procedimentos e decisões (seguidos na ciência normal). O momento de rutura pode progredir em dois sentidos: a ciência normal acaba revelando-se capaz de tratar o problema que provocou a crise; o problema resiste a novas abordagens e a crise termina com a emergência de um novo paradigma e a consequente batalha pela sua aceitação, como ciência normal. Com a evocação deste percurso, que Khun designou percurso de revolução científica, pretende-se evidenciar que a ciência é uma escolha, uma competição entre interpretações possíveis (paradigmas), envolvendo a construção de compromissos de grupo e muitos aspetos exteriores à ciência, nomeadamente tecnológicos e económicos.

ii) O segundo objetivo desta exposição tem como finalidade aprofundar o tema corrupção política, alertando para as suas implicações nas sociedades democráticas, especialmente em Portugal. Procura-se, a partir da revisão de literatura, evidenciar quais as origens e características deste fenómeno, os elementos que o compõem e os efeitos na democracia e na economia.

O conceito de corrupção, do latim *corruptio*, surge no *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa* (Cunha, 1982: 203) com dois campos semânticos paralelos. O primeiro aponta para a ideia de deteriorar e decompor; o segundo envolve um sentido moral mais evidente como perverter e depravar. Estas duas componentes estão presentes no entendimento que a organização Transparência Internacional (*Transparency International. What is corruption?* <https://www.transparency.org/what-is-corruption#define>) tem sobre os crimes de corrupção e que discrimina em função da grande corrupção, pequena corrupção e corrupção política. A grande corrupção consiste em atos cometidos ao mais alto nível de governo com vista a distorcer as políticas ou o funcionamento central do Estado, permitindo que os líderes se beneficiem à custa do bem público. A pequena corrupção refere-se ao abuso diário de poder confiado aos funcionários públicos, de baixo e médio nível, nas suas interações com os cidadãos comuns. A corrupção política é uma manipulação de políticas, instituições e regras de procedimento na alocação de recursos e financiamento, por tomadores de decisão políticos, que abusam de sua posição para sustentar o seu poder, *status* e riqueza. A corrupção tem raízes culturais, locais e nacionais e deve ser analisada dentro de uma perspetiva diacrónica e sincrónica. As transformações das últimas décadas na Europa



Transparency
International.
What is corruption?

levaram a que os seus governos perdessem grande parte da sua autonomia orçamental e ficassem mais expostos aos interesses económicos e financeiros da Globalização. Muitos países europeus foram obrigados a abandonar centenários procedimentos protecionistas, nomeadamente no que concerne à indústria nacional, e a investir em infraestruturas (tais como via-férrea, aeroportos, telecomunicações, correios e serviços) com vista a facilitar a instalação de empresas multinacionais e o comércio internacional. Este modelo económico abriu campo a uma crescente interdependência entre os decisores políticos e os interesses económicos, alimentando uma estrutura clientelista e uma alternância entre cargos públicos e administrações de empresas privadas. Em simultâneo, as privatizações de empresas públicas, previstas no projeto económico da globalização capitalista, surgiram aos governos como oportunidades para novos negócios mas, também, instauraram novas formas de corrupção política e económica. O avanço da Globalização e as práticas económicas de comércio global facilitaram a liberdade de movimentação de capitais, o surgimento de *offshores* e a ocultação de grandes somas, resultantes de negócios não declarados ou sub-declarados ao fisco, pela sua natureza ilícita. Por outro lado, e complementarmente, os mesmos processos de globalização económica e financeira levaram à homogeneização de procedimentos para concursos e adjudicações, bem como à institucionalização de mecanismos de combate à corrupção: *Fighting corruption on the side of bribers as well of the bribed has been one of the credos of the globalization efforts* (Blankenburg, 2002:154). Os países e os governos assumem, coletivamente, que a corrupção é um inimigo da competição internacional, obrigando assim à promoção

de normas para uma justa competição no interior de um mercado livre e sancionando aqueles, e aquilo, que possam criar obstáculos a esta situação. Neste cenário, a corrupção surge como fenómeno transversal que articula as áreas da política (poder), da economia (empresas e negócios), da justiça (quadro legislativo) e dos *media* (audiências e publicitação da informação) (Blankenburg, 2002).

Aprofundando a definição anteriormente exposta de corrupção política, precisa-se que este fenómeno constitui um abuso de poder, em benefício próprio, de agentes políticos democraticamente eleitos, situação que pode ocorrer durante ou após o exercício de funções públicas. Neste contexto, os ilícitos tendem a ocorrer quando os agentes políticos se defrontam com a oportunidade, os meios instrumentais e racionais de efetivação do crime ou a pressão da necessidade coletiva (como o financiamento de partidos) ou individual (por exemplo, dívidas ou ambições de consumo). São quatro as situações-tipo em que normalmente se efetivam esses crimes: quando os agentes ou ex-agentes políticos competem por cargos políticos; exercem cargos públicos; legislam e governam. Os ilícitos podem, também, ocorrer após o abandono de cargos de governação, quando os ex-agentes políticos mantêm o seu capital relacional acumulado naquelas funções públicas, que posteriormente colocam ao serviço de funções privadas, no campo da economia, finanças ou banca, para benefício próprio ou do seu grupo (Cunha, 2015).

- iii) O terceiro e último objetivo desta pesquisa visa desenvolver as ferramentas que permitam identificar os mecanismos que levam à cobertura noticiosa da corrupção política. Assinale-se que, nos estudos já realizados sobre fenómenos

de corrupção, são muitas as referências (Heidenheimer & Johnston, 2002; Sousa & Triães, 2008) à função de denúncia (desocultação) dos *media*, bem como ao contributo que prestam à consciencialização da opinião pública e à defesa do interesse público. Os mesmos estudos assinalam ainda que a perceção dos fenómenos de corrupção política é influenciada pelo tipo de cobertura jornalística, nomeadamente pelo que alguns autores designam como indústria mediática do escândalo (Heidenheimer, Johnston & Levine, 1999; Thompson, 2002; Blankenburg, 2002). Por outro lado, salienta-se que os estudos anuais da organização Transparência Internacional, publicados com o título *Corruption Perception Index*, atribuem aos *media mainstream* a formação da opinião pública sobre os crimes de corrupção. Isto é, são os meios de comunicação, nomeadamente a televisão, que influenciam a perceção sobre a corrupção nos países.

Nos últimos anos da segunda década do milénio, as redes sociais contribuíram, também, não só para a desocultação destes crimes, como para a divulgação de notícias falsas em que o tema da corrupção política é utilizado para favorecer, ou corroer, a imagem de políticos e governantes, principalmente em momentos eleitorais, como se viu nos Estados Unidos (2016) ou no Brasil (2018).¹² A estes fenómenos somam-se as investigações de consórcios internacionais de jornalistas que revelaram fenómenos globais desta natureza, como os *Panama Papers*, com profundas implicações na economia e nas finanças de muitos países. O cenário complexo traçado demonstra que a mercantilização da informação, em conluio com as mudanças

¹² Por exemplo: Allcott & Gentzkow, 2017; Figueira & Santos, 2019; Pequeno, 2019.

tecnológicas, originou um ecossistema mediático propício à valorização do tema da corrupção como matéria-prima de valor acrescentado. A visibilidade deste tema, tratado como escândalo e infoentretenimento pelos *media* e nas redes sociais, tende a promover a descredibilização das instituições democráticas, nomeadamente as instituições políticas e da Justiça. Ao mesmo tempo, a mesma visibilidade tende a clarificar não só modos de operar de atores e instituições, públicas e privadas, face à corrupção, como a revelar padrões de cobertura deste tema. É neste processo contraditório, e complementar, que se pretende focar e identificar os mecanismos que levam à cobertura noticiosa da corrupção política. Trata-se de um desafio que visa discriminar, por um lado, os procedimentos que levam ao ato de informar, denunciar e desocultar os fenómenos de interesse público; por outro, identificar os procedimentos técnicos e discursivos utilizados. Neste sentido, a Análise dos *media*, na medida em que precisa os enquadramentos teóricos do tema e explicita os procedimentos metodológicos de análise, constituiu uma ferramenta eficaz de observação e aferição dos propósitos enunciados. As etapas de investigação científica que se descrevem em seguida constituem um percurso metodológico válido para a análise de qualquer tema tratado nos *media*. O exemplo que apresentamos tem como objetivo investigar como os fenómenos de corrupção política são apresentados nos *media*.

3.

AS ETAPAS DA INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

Antecedendo o desenho de uma pesquisa empírica, existe sempre um conjunto de ideias ou representações teóricas e conceptuais que suportam a seleção do objeto de pesquisa, muitas vezes identificado com base em percepções espontâneas ou em fenómenos observados. À curiosidade científica suscitada por estes fenómenos segue-se, em geral, a necessidade de enquadrar, teoricamente, o potencial objeto de pesquisa. Tal como escreve Morin (1981), o problema do conhecimento envolve lógica (racionalidade a partir de enquadramentos teóricos) e criatividade (racionalização a partir do *eu* investigador), sendo, por isso, necessário estabelecer procedimentos que permitam aprender a saber ver e a saber pensar (etapas de investigação). Este percurso de elocubração mental, de conhecimento, precede e antecipa o esboço e aprofundamento das etapas de investigação.

Tomando a “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal” como o objeto de pesquisa, pode pressupor-se que o interesse nesta investigação advém da observação aleatória dos vários casos reportados nos *media* portugueses ao longo das últimas décadas. Alertado pela observação, o/a investigador/a procede a uma recolha preliminar de bibliografia, chegando à conclusão de que existe uma literatura ampla não só sobre corrupção, mas também sobre o papel dos *media* na desocultação, isto é, na forma de tornar visível, esta temática. Esta primeira

incursão na literatura poderá fazer-se, num primeiro momento, recorrendo a uma busca bibliográfica nas bases bibliográficas nacionais e internacionais, nos domínios da Ciência Política, Comunicação Política, Sociologia Política, Direito Penal, com o objetivo de identificar títulos, autores e orientações teóricas sobre o tema em apreço. Uma vez recenseados e registados estes elementos, poderá partir-se para uma pesquisa semelhante tendo como finalidade levantar dados sobre Portugal.

Ainda antes de iniciar o desenho da pesquisa, será de grande utilidade fazer um levantamento dos trabalhos anteriores que tenham recolhido informações sobre a corrupção política e temas afins, em Portugal. Por exemplo, rever os relatórios e os índices relativos à perceção da corrupção, no mundo e em Portugal, divulgados anualmente pela organização *Transparency International*,¹³ os estudos realizados pelo GRECO (Grupo de Estados contra a Corrupção),¹⁴ também publicados anualmente, bem como proceder ao reconhecimento das diretivas europeias e legislação produzida sobre este tema em Portugal. Numa perspetiva académica, são importantes os estudos multidisciplinares realizados por Sousa e Triães (2007; 2008) e no CIMJ/ICNOVA, sobre a corrupção em Portugal e outros países de língua portuguesa,¹⁵ que confirmam que os portugueses recolhem informação e constroem a sua perceção acerca da corrupção com base nos *media*, principalmente a partir dos canais televisivos.

¹³ Cf.: <https://transparencia.pt/>

¹⁴ Cf.: <https://dgpj.justica.gov.pt/>

¹⁵ Cf.: Cunha & Serrano, 2014, 2016; Cunha, Serrano & Figueira, 2016.

O levantamento documental estabelece uma primeira abordagem à temática, constituindo um quadro mental que antecede as etapas de investigação científica e a pesquisa empírica propriamente dita. Por sua vez, os dados e conclusões obtidas nos projetos contribuem para a compreensão do tema e reforçam a pertinência da investigação.

1ª Etapa de investigação: pergunta de partida

O início de uma investigação está ancorado num olhar interrogativo, na “curiosidade”, sobre um objeto ou fenómeno, que suscita interesse em conhecer-se. Neste sentido, a primeira questão que se coloca em qualquer pesquisa diz respeito, por exemplo, ao porquê de determinado objeto apresentar determinadas características, ou ao porquê de determinado fenómeno ocorrer. Este primeiro exercício do olhar convoca o conhecimento adquirido, por exemplo, por meio de bibliografia ou documentação, para a compreensão do objeto ou fenómeno que suscitou a curiosidade inicial. Inicia-se, então, um processo de cotejamento, entre o conhecimento estabelecido, as respostas apresentadas e as insuficiências explicativas. O processo de rutura face ao conhecimento estabelecido determina, necessariamente, novas interrogações e observações acerca do objeto ou fenómeno que se quer pesquisar. É o momento em que se põem em dúvida as perceções e as aquisições teóricas consolidadas, recorrendo a procedimentos específicos e a ferramentas metodológicas apropriadas.

Contudo, é a formulação de uma pergunta de partida, que sintetize o objeto de investigação, que inicia um novo processo com vista a adquirir conhecimentos adicionais. Ela surge como um elemento iniciador de um percurso de descoberta, devendo expressar a curiosidade que impele à investigação. Neste

sentido, deve ser assumida como fio condutor da pesquisa, ser compreensível e clara para todos os interessados e não apenas para o investigador que a formula.

UM EXEMPLO: será que a pergunta – “Qual a cobertura realizada, pelos *media*, do fenómeno da corrupção política?” – é suficientemente clara e precisa? Será que ela é demasiado vaga e aberta? Embora esta pergunta seja clara quanto ao objeto genérico, facilmente se conclui ser, por outro lado, excessivamente ampla, suscitando dúvidas – de que *media* se trata? De que fenómenos de corrupção se está a falar? Onde ocorrem estes fenómenos de corrupção? Uma vez identificados os obstáculos à compreensão clara e precisa daquela formulação, a pergunta de partida pode sofrer alterações, dando origem a uma nova enunciação: “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?”. Esta última parece ser mais fiel aos princípios de clareza e univocidade, bem como à identificação do objeto sobre o qual vai incidir a análise (cobertura jornalística) e o local onde será observado (Portugal). No entanto, e apesar de ser mais clara, ela carrega as ambiguidades, ou senso-comum, inerentes aos conceitos de cobertura jornalística e corrupção política.

A segunda pergunta de partida enunciada contém, ainda, um problema quanto à sua exequibilidade. Será que, caso se trate de um projeto de pesquisa, o orçamento contemplará recursos materiais e humanos adequados para analisar a cobertura jornalística da corrupção política em todos os meios (televisão, imprensa, rádio, *online*)? Haverá condições adequadas para uma análise de longa diacronia? Caso se trate de um trabalho académico individual (tese, dissertação ou outro), haverá condições para o realizar em tempo útil? A qualidade de exequibilidade que se

exige à pergunta de partida está assim colocada, mas deverá ser reequacionada no momento em que se discutir a problemática do trabalho, na 3ª etapa da investigação.

As perguntas de partida devem ainda ser avaliadas na perspectiva da pertinência, não devendo incluir valores morais, apreciativos ou especulativos e evitando integrar preconceitos apriorísticos. Assim, uma pergunta sobre a cobertura jornalística da corrupção política, em Portugal, não deve ser formulada no sentido de avaliar “moralmente” o papel da corrupção política na sociedade portuguesa, ou pressupor que este fenómeno é intrinsecamente cultural e português. Contudo, como demonstram os índices recolhidos pela organização *Transparency International*, pressupõe-se que o fenómeno existe e que é suficientemente visível aos olhos dos cidadãos para ser investigado.

A definição dos termos ou conceitos de uma pergunta de partida é um último fator determinante para a sua compreensão. Assim, quando se expressa a pergunta “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?” é necessário existir entendimento, como já se referiu, sobre o que é cobertura jornalística e corrupção política.

Recapitulando, a cobertura jornalística é a forma como se reporta um acontecimento, fenómeno ou facto e como este é apresentado como notícia e está interrelacionada com a cultura empresarial, profissional e política dos agentes envolvidos, mas depende de contextos externos como a cultura democrática e a situação económica, social e política de um país e suas instituições (Blumler & Gurevith, 2000; Johnston, 2009). Estes contextos externos e internos determinam a atuação das empresas *media* e o Jornalismo. Não é possível ignorar que as políticas de liberalização dos mercados na Europa, nas décadas de 80-90 do século XX e a revolução digital do novo milénio originaram uma crise no modelo de negócios do setor. A orientação para

o mercado e o sensacionalismo, com vista a “chamar a atenção” das audiências, tiveram consequências não só na cobertura jornalística dos fenómenos políticos, como nas estratégias de comunicação da política, tais como a introdução de lógicas publicitárias e de *marketing* (Blumler & Gurevitch, 1982; 1995; 2000; Fergusen, 1990; Semetetko *et al.*, 1992; Franklin, 1994; Christians *et al.*, 2009). No novo milénio, os desenvolvimentos dos dispositivos móveis, as redes sociais, a intermediação de agregadores de conteúdos, os *big data* e a manipulação de algoritmos alteraram substancialmente o ecossistema mediático, contribuindo para reforçar as anteriores mudanças no Jornalismo e na política (De Vreese, 2014). A corrupção tornou-se um tema de valor-acrescentado e uma arma a ser manejada em função dos interesses económicos, financeiros e políticos, na maior parte das vezes por ações populistas, de direita ou de esquerda (Aalberg *et al.* 2011; Zelizer, 2009). Nesta linha de orientação, os *media* sociais, nomeadamente o *Facebook* e o *WhatsApp*, constituíram-se instrumentos de publicitação de notícias daquela natureza, muitas vezes produzidas por países e grupos interessados na desinformação e descredibilização das instituições democráticas (Lilleker *et al.*, 2016).

Neste percurso de valorização da matéria-prima “corrupção política”, acrescem particularidades da sociedade e da democracia portuguesas. Entre estas pode nomear-se o trânsito entre as elites do Jornalismo e os políticos, entre os jornalistas e os meios judiciais, ao que se junta uma demonstrada rotatividade entre pessoas, filiadas ou próximas de partidos (Rosas & Louçã, 2010), que exercem funções públicas governamentais e cargos nas administrações dos grandes grupos económicos do setor público e ou privado. Pode, ainda, sublinhar-se os grupos de interesse (Lisi *et al.*, 2019) a que estão associadas as empresas de *media*; as pressões políticas e partidárias sobre estas empresas; a escassez da matéria-prima

“notícia” e a sua capacidade de gerar audiências; a precariedade dos jornalistas; a interrelação entre Jornalismo e redes sociais. Resta ainda acrescentar que o Estado ou, mais especificamente, os governos ora demonstram capacidade de controlar os meios de comunicação privados, através da publicidade institucional, ora se apresentam fragilizados face às grandes empresas tecnológicas de informação e comunicação. Neste cenário, as instituições de regulação, como a ERC e a ANACOM, têm pouca margem de atuação. Todos estes fatores condicionam a cobertura jornalística dos potenciais fenómenos de corrupção.

EM SÍNTESE: a **pergunta de partida** deve ser **clara e objetivada**; **rigorosa** do ponto de vista conceptual; deve **circunscrever com exatidão** o objeto de estudo; deve ainda **explicitar circunstanciadamente a pertinência** do estudo sugerido, elencando dados e **evitando juízos de valor**, modulações subjetivas ou (pré)conceitos apriorísticos.

2ª Etapa de investigação: a exploração do tema

A exploração é a segunda etapa de investigação científica. Ela tem como objetivo sustentar a pergunta formulada e preparar o terreno para uma adequada problematização da investigação, o que deverá acontecer na 3ª etapa de investigação científica. Atingir aquela finalidade exige, num primeiro momento, selecionar um conjunto de leituras mediante critérios previamente identificados. As leituras devem recensear, de forma o mais exaustiva possível, os trabalhos que tenham incorporado problemáticas afins à pergunta de partida enunciada. O pesquisador deve, desta forma, estar na posse de um mapa de leituras, com filiações teóricas e ideológicas múltiplas, que lhe permitam

enquadrar a investigação, mas, ao mesmo tempo, dialogar de forma inovadora com todas as correntes e visões de mundo.

O primeiro princípio orientador das leituras deve ser a pergunta de partida e a identificação de autores e obras “clássicas”, ou seja, aquelas que são geralmente nomeadas por todos os investigadores quando se referem a um dado fenómeno ou tema. Nestas leituras, com vista a recuperar posteriormente a informação, convém elaborar fichas de leitura temáticas que possam descrever, registar e avançar interpretações sobre as leituras realizadas, tendo como referência a pesquisa formulada na pergunta de partida. É, igualmente, relevante privilegiar as abordagens temáticas que apresentem perspectivas complementares e/ou contrárias, para que seja possível construir um enquadramento facetado dos fenómenos a observar.

Esta segunda etapa de investigação, envolve, para além das leituras bibliográficas, uma abordagem a especialistas e conhecedores do tema, através de entrevistas exploratórias. Se as leituras têm como objetivo proporcionar o enquadramento teórico e o estado da arte sobre o tema que se pretende pesquisar, as entrevistas exploratórias, realizadas a outros pesquisadores, peritos, testemunhas privilegiadas ou agentes, constituem uma ferramenta de auscultação e de recolha de testemunhos para a persecução da pesquisa. Estas entrevistas devem ser semi-dirigidas, incluir poucas perguntas, centrarem-se na pergunta de partida ou em temas afins do conhecimento do entrevistado, correlatos ao objeto de pesquisa. O objetivo é pôr à prova a pergunta de partida, recolher informação privilegiada sobre o tema, conferir a sua pertinência e clarificar o âmbito e a dimensão da pesquisa a realizar. É, igualmente, o momento de delimitar e avaliar a validade do *corpus* de análise.

No exemplo considerado – “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal” – as leituras de síntese sobre a relação

entre os *media* e a corrupção constituirão o núcleo central. Outro tipo de leitura importante é a que fornece dados e análises interpretativas sobre os mesmos, como os relatórios, anteriormente mencionados, da organização *International Transparency*. São, também, de leitura obrigatória as obras e artigos que abordam a corrupção política e os *media* nos países do Sul da Europa e as interpretações complementares avançadas por diversos autores. Por exemplo, Donatella Della Porta e Ives Méry (1997) evidenciam que, a partir do final da década de noventa, se avolumaram os fatores que indiciavam o aumento de práticas corruptas nas democracias ocidentais, de tal forma que um fenómeno que era considerado esporádico, pelos cidadãos, começa a ser percecionado como endémico. O aumento da perceção da corrupção, sobretudo política, nas sociedades ocidentais, nomeadamente em Espanha, Portugal e Grécia, vincula-se a mudanças políticas iniciadas na década de oitenta com a adesão à UE. Segundo estes autores, as alterações políticas, a expansão económica e financeira, e o crescimento da sociedade de consumo, tiveram como consequência o surgimento de uma nova elite dirigente. Este grupo, maioritariamente de origem rural e recém-chegado à política, veio conjugar práticas políticas tradicionais – como o clientelismo, o nepotismo e o familiarismo – com valores capitalistas e de consumo, adotando estratégias de poder fundadas no enriquecimento individual e de grupo. Os tipos mais frequentes de corrupção política surgem, assim, sob a forma de fraude, suborno, clientelismo, apropriação indevida de bens, tráfico de influências, favorecimento seletivo e financiamento ilegal de partidos.

No início do milénio, Blankenburg (2002), ao analisar os mesmos fenómenos, reconhece também que eles estão intrinsecamente relacionados com mudanças de valores políticos, económicos e sociais. Para este autor, um dos fatores que mais

determinou a eclosão de fenómenos de corrupção política, na Europa Ocidental nos anos 90, foi a mudança de padrões de clientelismo político que, estando inseridos em práticas locais, regionais e nacionais, se viram confrontados com avaliações exógenas de cariz internacional. Acresce a esta circunstância a desregulamentação dos *media*, que originou uma maior disputa pelo valor-notícia e uma nova cultura profissional dos jornalistas, fundada simultaneamente na competição e nos valores democráticos. Ao mesmo tempo, e ainda segundo o mesmo autor, assistiu-se nos países ocidentais a uma secreta aliança entre juízes e jornalistas, no sentido de divulgar informações seletivas – as fugas de informação – sobre determinados casos de corrupção política considerados de interesse público.

Johnston (2009) considera, por sua vez, que a corrupção está diretamente vinculada à cultura nacional e, muito particularmente, ao modo como as elites se relacionam com a *res publica*. Determinantes do grau e características da corrupção em cada país ou região são as pressões económicas e políticas de interesses internacionais, tais como “investidores”, “fundos” e multinacionais, para além do posicionamento desses países e regiões no mercado global. Desse modo, não se poderá conceber uma escala única de corrupção aplicável a todos os países, pois cada um terá a sua especificidade cultural, devendo considerar-se, também, outros fatores, como: o grau de aprofundamento da democracia; o funcionamento e transparência das instituições políticas e sociais; a capacidade e disponibilidade de participação e mobilização dos cidadãos. Num cenário de transição para uma economia aberta e globalizada, as concessões de serviços a privados, as privatizações de empresas públicas e as parcerias público-privadas (PPP) são apontados como momentos “críticos” para o crescimento da corrupção política.

Na fase de exploração, subsequente à pergunta de partida – “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?” –, avança-se ainda com entrevistas a pesquisadores, jornalistas e magistrados. Estas entrevistas, que deverão ser gravadas após anuência dos entrevistados, visam auscultar a percepção destes agentes privilegiados sobre a pertinência do tema e a clareza da pergunta, bem como colher indicações de leitura, informações e dados sobre, por exemplo, processos em tribunal, trabalhos realizados ou em curso. Um outro objetivo destas entrevistas é chegar a um consenso sobre a validade da construção de um *corpus*, quer no que toca ao período temporal que deverá compreender, quer ainda quanto aos meios de comunicação que o deverão integrar.

EM SÍNTESE, a 2.^a fase da pesquisa – **a exploração temática** – serve, fundamentalmente, para **robustecer o enquadramento teórico** da investigação, munindo o investigador de conhecimentos sólidos sobre o(s) tema(s) carreados pela pergunta de partida. Trata-se de uma fase de **leituras de bibliografia**, de produção de **fichas de leitura temáticas** e de consolidação do **estado da arte** sobre o tema em apreço. É ainda nesta fase que o investigador deve, através de **entrevistas** a profissionais / testemunhas, diretamente envolvidos nos universos em estudo, **recolher dados e informações** pertinentes para a delimitação do seu *corpus* de análise.

3ª Etapa de investigação: a problemática

A problemática é a terceira etapa de investigação. Para Quivy e Van Campenhoudt (1992: 91) a problemática é a abordagem ou perspetiva teórica que se adota para tratar o problema

implicado na pergunta de partida. O percurso começa pela confrontação dos diferentes pontos de vista presentes nas leituras, seguindo-se a avaliação das potencialidades das diferentes orientações teóricas e metodológicas e a seleção da opção, ou opções, que tenham melhores condições para responder à pergunta de partida. O levantamento da problemática é também o momento que permite a reorganização teórica e conceptual do(s) objeto(s) de análise identificados na pergunta de partida, permitindo, assim, caminhar para a elaboração de um modelo de análise.

A problemática é sempre um processo em construção que põe em causa os elementos da pergunta de partida, a capacidade de obter conhecimento a partir da interrogação inicial e os quadros conceptuais das leituras realizadas. Neste sentido, é decisiva a identificação de convergências ou divergências, presentes nos quadros teóricos, os contextos e as dimensões em que estes surgiram, assim como as estratégias metodológicas adotadas e os resultados alcançados.

POR EXEMPLO, com base nas leituras realizadas sobre a cobertura jornalística do fenómeno de corrupção política, pode ter-se o entendimento de que a dimensão dessa cobertura resulta, quer de fatores específicos dos *media* e dos seus profissionais, quer de conjunturas estruturais da sociedade. Na primeira perspetiva, personaliza-se a desocultação do fenómeno e atribui-se aos conselhos editoriais, aos jornalistas, individualmente, e às rotinas produtivas, grande responsabilidade. Na segunda perspetiva, atribui-se a visibilidade conferida pelos *media* a esses fenómenos; ao aumento dos casos denunciados e investigados; às estatísticas baseadas na tramitação de processos judiciais e aos relatórios de organismos nacionais e internacionais.

A reter, destas duas perspetivas, é o facto de a perceção da corrupção política, nas democracias ocidentais, estar intrinsecamente relacionada com as características da cobertura jornalística e com as estratégias de comunicação utilizadas no campo da política (Rose-Ackerman, 1999). Por conseguinte, a visibilidade conferida pelos *media* à corrupção política e a sua utilização por políticos, sobretudo em discursos de cariz populista, de agendas sobre a corrupção, tem como consequência a perceção da corrupção como um “grande” problema social.¹⁶ Acresce a esta constatação o processo de mediatização da sociedade, caracterizado pelo crescimento da “lógica dos mercados” na informação, com a absorção mimética, de lógicas semelhantes, pelas instituições e nos quotidianos sociais, questões que têm profundas repercussões na democracia, na política e na forma de fazer Jornalismo (Couldry & Hepp, 2013; Kammer, 2013).

No caso da corrupção, a mediatização efetiva-se a partir da conjugação de duas dinâmicas paralelas: o afastamento dos *media* das suas primordiais funções em democracia, assumindo lógicas e interesses próprios – por exemplo, a Rede Globo no Brasil, nas eleições de 2018; a Fox, nos Estados Unidos, nas eleições de 2016; e o reconhecimento, pelos atores políticos, de que as suas estratégias de comunicação terão de estar subordinadas às lógicas dos *media*, por exemplo, contratando assessorias de *media*, exercendo ações de *marketing* político, *mediatraining* e outros. Neste contexto, o tema da corrupção política, por exemplo, constitui-se não só como uma mais-valia para bons índices em sondagens políticas, como um instrumento pelo controlo da “mediatização do real”, no campo da política e da justiça. O poder dos *media* e dos *media* sociais passa

¹⁶ Cfr.: *Diário de Notícias*. Metade dos portugueses vê corrupção como principal problema do país: Números são do Barómetro Global da Corrupção, divulgados esta quarta-feira (16/11/2016) <https://www.dn.pt/portugal/metade-dos-portugueses-ve-corrupcao-como-principal-problema-do-pais-5500378.html>

a residir não só na sua independência perante as demais instituições sociais, mas no facto de as suas lógicas, definidas a partir de algoritmos, formatos, conteúdos, discursos, gramáticas, narrativas, sons, grafismos e outros, se sobreporem a todas as outras lógicas institucionais, condicionando acessos, moldando o pensamento e demarcando o conhecimento dos cidadãos sobre o mundo.

Em Portugal (Martins, 2006; Silva, 2017), a problemática deverá ter em consideração que, após uma década de expansão do campo dos *media* e da publicidade, se assistiu, no início do milénio, a uma contração originada pela crise económica e financeira. Convém ter em conta, ainda, que os processos de desocultação dos fenómenos de corrupção política se tinham intensificado na década de noventa e foram associados, como alguns trabalhos já demonstraram (Maia, 2008; Paixão, 2010; Cunha *et al.*, 2016), não só ao surgimento de um mercado mediático mais competitivo, como à crise do Jornalismo nos meios de comunicação *mainstream*. Por outro lado, os mesmos trabalhos assinalam o aumento de casos de corrupção com envolvimento, nem sempre seguido de condenações na justiça, de governantes, ex-governantes, altos funcionários públicos e membros proeminentes de instituições financeiras.

Com estes pressupostos, a enunciação da problemática acerca da cobertura jornalística da corrupção política deve contemplar as seguintes questões quanto aos *media*: **i)** A quem pertencem (propriedade) os meios de comunicação, como se financiam (inclusivamente quem são os grandes anunciantes) e de que grupos de interesse se aproximam?; **ii)** Que estratégias de gestão e que processos de produção, fontes e rotinas desenvolvem?; **iii)** A que públicos se dirigem e que meios ou dispositivos mobilizam? Quanto aos fenómenos da corrupção, a problemática deverá incidir nos seguintes elementos: **i)** Quais são os fenómenos de corrupção em que se encontram envolvidos políticos ou ex-políticos e quais as suas características? **ii)** Que fontes, temas, personagens

e narrativas são privilegiados? **iii)** Que recursos mediáticos são utilizados na cobertura jornalística da corrupção política?

EM SÍNTESE, esta etapa decorre da anterior. Trata-se de um momento em que, na posse de todas as **informações e dados colhidos**, quer nas leituras bibliográficas, quer na documentação e nas entrevistas, o investigador procede a uma **descrição circunstanciada e contextualizada** da problemática em estudo e **enuncia os problemas a que pretende responder** ao longo da investigação.

4ª Etapa de investigação: a construção de um modelo de análise

Um modelo de análise tem, fundamentalmente, uma função organizadora, ao promover a ordenação e a apresentação da lógica que o pesquisador supõe estar na base do fenómeno que quer investigar. Esta lógica tem, também, uma expressão heurística e pode ser apresentada por meio de quadros esquemáticos compostos por tópicos relacionais (Quivy & Van Campenhoudt, 1992: 25).

Para se construir um modelo de análise é obrigatório ter em consideração as três etapas de investigação anteriores e assumir que este processo implica, em todas as suas fases, movimentos pendulares entre a reflexão teórica e a pesquisa empírica. Segundo Quivy e Van Campenhoudt (1992: 140), a principal norma para a construção de um modelo de análise, seja ele simples ou complexo, é conseguir estabelecer um sistema de relações e manter um padrão lógico entre os elementos constituintes. O modelo de análise socorre-se da identificação dos enquadramentos e conceitos, realizada nas etapas anteriores, e, a partir destes elementos, articula as proposições-hipóteses que se pretende testar (Silverman, 2006:52). Na construção de um modelo de análise, os conceitos podem ser operatórios isolados ou conceitos sistémicos. Os primeiros

são empíricos e advêm da observação direta ou de informações recolhidas nas leituras e/ou entrevistas; os segundos têm uma fundamentação abstrata e estão mais distantes dos fenómenos observáveis, pondo em questão a capacidade de se apreender, de forma objetiva, o real (Neuman, 2007). As hipóteses estabelecem as relações lógicas entre conceitos, organizando modos de raciocínio que partem de um pressuposto, de uma afirmação ou de uma proposição, que deverá posteriormente ser confirmada ou negada por recurso a dados de observação (Deshaies, 1997:246).

Há uma possibilidade quase infinita de construir modelos de análise, visto que há inúmeros fenómenos passíveis de investigar e outras tantas perguntas de partida e hipóteses a enunciar. A representação gráfica destes modelos espelha o conhecimento, mas também a(s) teoria(s) que embasa(m) e o(s) raciocínio(s) que decorrem da observação dos fenómenos que se pretendem analisar. Um modelo de análise pode, simultaneamente, expressar uma investigação já realizada e constituir uma proposta para futuras pesquisas. Johnston (2009) – que tem

QUADRO 1 | SÍNDROMES DA CORRUPÇÃO SEGUNDO JOHNSTON (2009)

Tipo de Síndrome	Tipo de Governação
Influência dos Mercados <i>(Influence Market)</i>	Democracias maduras (democracia participativa; competição constante e debate entre tendências)
Cartéis de Elites <i>(Elite Cartel)</i>	Democracias em fase consolidação/reforma (democracia com crescente participação e competição)
Oligarcas e Clãs <i>(Oligarch and Clan)</i>	Regimes de transição (democracias recentes; competição significativa mas pouco estruturada)
Funcionários e Magnatas <i>(Official Moguls)</i>	Não é uma democracia (escassa abertura e participação condicionada a grupos, partidos, etc.)

uma visão do mundo inscrita no ocidente democrático e de economia capitalista – na análise que faz aos fenómenos de corrupção perpetrados em diversas regiões do mundo e em países governados por sistemas diferentes, identificou quatro “síndromes de corrupção”. O modelo que desenhou organiza as quatro “síndromes” ou padrões da corrupção que, segundo o autor, correspondem a quatro formas de combinar a política e a economia, bem como a qualidade da cidadania e das instituições públicas, económicas e financeiras. O Quadro 1 não só sistematiza o modelo a que Johnston chegou, após estudos de caso numerosos, como se apresenta como um modelo a seguir em futuras pesquisas sobre a corrupção.

O Quadro 1 apresenta uma visão de mundo sobre a corrupção, fundada em leituras de cariz político, económico e administrativo, e pode responder a perguntas que visem cotejar a amplitude daquele fenómeno com as formas de governo, o envolvimento político dos cidadãos, a liberdade de mercados e a qualidade das instituições em diversos países ou regiões.

Tipo de Economia	Papel do Estado/ Sociedade	Papel das Instituições Económicas
Mercados maduros (liberalizados; abertos; regulados/mto competitivos; índices altos de bem-estar)	Ampla/Extensa	Forte
Mercados em fase de reforma (abertos e liberalizados em grande parte; regulação em aprendizagem; crescente competição; índices de bem-estar médios)	Moderada	Media
Mercados Novos (liberalização recente; não regulados; grande desigualdade e pobreza)	Fraca	Fraca
Mercados em construção (liberalização recente; não regulados; enorme desigualdade e pobreza)	Fraca	Fraca

FONTE: ELABORADO A PARTIR DE JOHNSTON (2009: 40).

Contudo, ao manter como referência a pergunta de partida – Como se realiza a Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal? – e as leituras realizadas com o objetivo de enquadrar teoricamente esta pesquisa, elaborou-se um outro modelo, com o objetivo de organizar conceitos, as suas dimensões, componentes e indicadores identificados na exploração do tema. O Quadro 2 constitui, deste modo, uma proposta de modelo de análise a ser verificado ao longo da investigação.

No lado esquerdo do quadro, situam-se os dois conceitos agregadores da pesquisa, a cobertura jornalística e a corrupção. Estes dois conceitos implicam múltiplas dimensões. Por exemplo, a cobertura jornalística pode referir-se a um determinado meio, tal como a imprensa, a televisão, a rádio, *online* (e, dentro deste, aos anteriores meios). Também é possível categorizar o meio de comunicação em função de horários noticiosos

QUADRO 2 | CONSTRUÇÃO DE UM MODELO DE ANÁLISE

Conceitos	Dimensões
1. Cobertura Jornalística	Meio de comunicação: media e media social
2. Corrupção	Política

(jornais noticiosos do *prime-time*, etc.) ou âmbito dos noticiários (jornais nacionais, regionais, etc.). O conceito corrupção surge consubstanciado nas dimensões: corrupção política; corrupção económica; corrupção financeira e corrupção judicial, nos relatórios produzidos por agências internacionais, tais como o Banco Mundial e a Transparência Internacional. Os componentes dos conceitos (elementos identificativos) – cobertura jornalística (1) e corrupção política (2) – e suas respectivas dimensões encontram-se inventariados na revisão de literatura realizada na segunda e terceira etapas de investigação. Eles são enunciados e ordenados, levando-se em conta a pertinência na investigação que se pretende realizar. Por vezes, e dada a circularidade do percurso de descoberta, torna-se necessário introduzir um novo componente, tendo em consideração os indicadores do objeto, levantados no momento da análise, organizados sob a forma de *corpus*.

Componentes	Indicadores
Propriedade/ Grupo Nacional ou Internacional/ Organização e Administração	Descrição da Empresa, Grupo, etc.
Profissionais/Formação/ Cultura da Redação/ Situação Profissional/ Competição	Orientação Política e Ideológica/Estabilidade vs Precaridade/Perfil (idade, género, estatuto, etc.)
Crítérios de Noticiabilidade/Agendamento/ Rotinas/Fontes	Temas/ Atores/Cenários/ Tempo/Lugar/ Tipologia de Fontes, etc.
Públicos/Audiências	Tipologia de audiências e públicos
História da Democracia/Sistema Político/ Sistema Económico e Financeiro/ Sistema Jurídico	Legislação; Dados sobre: Partidos, Economia, Finanças e Justiça
Casos de Corrupção Política	Tipologia da Corrupção Política.
Atores (individuais e colectivos) Públicos e Privados	Atores Políticos; Atores da Justiça; Atores Económicos; Atores Financeiros; Escritórios de Advogados, etc.

FONTE: AS AUTORAS.

O modelo de análise implica, como se referiu anteriormente, a enunciação de um quadro conceptual, mas também a formulação de relações lógicas entre conceitos. Estas relações apresentam suposições sobre os fenómenos e hipóteses de trabalho que, partindo de um pressuposto, de uma afirmação ou de uma proposição, deverão posteriormente ser testadas. Trata-se, portanto, de um modelo epistemológico passível de ser aplicado a qualquer investigação e suficientemente flexível para se adaptar às especificidades das áreas disciplinares de análise (Quivy & Van Campenhoudt, 1992: 110-134).

Para melhor compreensão deste processo, avança-se com duas hipóteses de trabalho que visam exemplificar as possíveis relações lógicas entre os elementos (conceitos, dimensões, componentes e indicadores) da pesquisa em apreço. A hipótese 1 compreende a ideia de que a cobertura jornalística dos fenómenos de corrupção política está vinculada às especificidades do meio de comunicação, aos processos de produção informativa desse meio (McQuail, 1992; Maia, 2008) e aos contextos políticos dos sistemas de *media* (Hallin & Mancini, 2010; Paixão, 2016). A questão que subjaz a esta hipótese é averiguar quais são os fatores/elementos que levam um *medium* a dar maior cobertura jornalística a determinados fenómenos de corrupção política. A hipótese 2 postula que as diversas tipologias de corrupção política têm visibilidades diferentes nos *media* e que esta visibilidade depende de condicionantes históricos, culturais e sociais (Della Porta & Meny, Y., 1997; Sajó, 2002; Johnston, 2009; Mesquita *et. al.*, 2014). Esta hipótese procurará apurar quais são as tipologias de corrupção política que adquirem maior agendamento nos *media* portugueses.

Na formulação destas hipóteses, estão subjacentes, por um lado, os modelos de organização mediática (McQuail,

1987) e de produção informativa (como o modelo de Ericson, 1987, apresentado em Windahl & McQuail, 2003) que visam representar as tensões e constrangimentos exercidos sobre os *media* pela sociedade, como, por exemplo, as pressões efetuadas por determinadas fontes para que sejam publicitados, ou ocultados, determinados factos de corrupção política. Por outro lado, está ainda subentendida a proposta de Hallin e Mancini (2010) que caracteriza o sistema mediático e político português como mediterrânico e polarizado, com grande influência do Estado e dos governos na atuação dos *media*, bem como as tipologias de corrupção avançadas por Della Porta, Meny (1997), Sajó (2002) e Johnston (2009). Os três primeiros autores atribuem aos países do Sul da Europa características culturais e sociais comuns quanto à génese e desenvolvimento da corrupção política e Johnston, dentro de uma visão neoliberal ocidental, considera que os mesmos países ainda se poderiam caracterizar como democracias em fase de consolidação e reforma, com mercados em processo de liberalização e reestruturação.

EM SÍNTESE, a etapa 4 **decorre das etapas anteriores** e tem como objetivo construir, aplicar ou validar um modelo de análise. Os **modelos têm uma função organizadora** e promovem a apresentação lógica do fenómeno investigado ou a investigar. A sua **expressão heurística faz-se através de quadros** que esquematizam sistemas de relações e padrões lógicos entre elementos constituintes. Deve sublinhar-se que esta etapa implica **movimentos pendulares entre reflexão teórica e pesquisa empírica**.

5ª Etapa de investigação: métodos de investigação

Esta etapa da investigação visa selecionar os métodos de investigação mais adequados à pesquisa. Como todas as etapas, ela depende das anteriores, mas também pode vir a alterar decisões previamente tomadas. Na busca do conhecimento, identificam-se dois métodos: o método hipotético-dedutivo e o método hipotético-indutivo.

O primeiro, que tem como referência o percurso do sociólogo Durkheim na obra sobre o suicídio (2002), parte de um modelo de análise pré-existente e de dados gerais, ou conceitos totalizantes, formula hipóteses gerais no sentido de compreender os casos particulares. Este método assume como válidos quadros conceptuais existentes (no caso da obra de Durkheim atrás referida, o suicídio e a coesão social) e procura descobrir, nos fenómenos a observar, interpretações correspondentes. É uma pesquisa fundamentalmente verificativa, em que a rutura com o modelo pré-existente é o maior fator de transformação. Dito de outra forma, a não validação do modelo pré-existente selecionado aciona a necessidade de reequacionar o problema, o quadro conceptual e a renovação de instrumentos.

O método hipotético-indutivo parte de factos particulares e pretende generalizar o seu entendimento. O objetivo é formular hipóteses a partir de factos observados e estabelecer leis gerais, ou seja, construir, no final do processo, modelos e teorias. Este método, que tem como referência a obra de Max Weber (1995) e o papel que atribui à ação social, assume a observação empírica como motor de conhecimento e exige que o modelo, construído a partir da observação, se submeta ao teste dos factos. Sendo um método adequado à exploração de fenómenos sociais “novos”, deve socorrer-se, de forma complementar, da perspetiva hipotética-dedutiva,

no sentido de conferir os resultados “novos” com os enquadramentos teóricos conhecidos (Neuman, 2007: 28-32).

Retomando o tema “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, a utilização do método hipotético-dedutivo levaria à utilização de modelos e à formulação de hipóteses a partir de estudos já realizados sobre a cobertura da corrupção política, com o objetivo de verificar a sua correspondência em Portugal. Por exemplo, Gambetta (2002), no estudo que faz sobre a corrupção política em Itália, afirma que há práticas políticas que não são identificadas como ilícitas, sendo que em outras sociedades o são. Por esta razão cultural, e por não configurarem ilicitudes, dificilmente são reportados pelos meios de comunicação em Itália os “favores”, “os presentes”, o “nepotismo” e o “tráfico de influência”. Partindo desta constatação e assumindo a definição que as organizações internacionais fazem daquelas práticas políticas, um dos objetivos deste projeto seria observar quais daqueles “ilícitos” são reportados pelos meios de comunicação portugueses. A utilização de um modelo desenvolvido a partir da análise realizada por Gambetta permitiria verificar em que medida os seus conceitos e indicadores teriam correspondência em Portugal.

Por outro lado, a escolha de um percurso hipotético-indutivo da pesquisa envolveria, antes de mais, a observação de fenómenos empíricos (indicadores) identificáveis nos meios de comunicação e, a partir destes, seria possível avançar com uma tipologia da corrupção política em Portugal. Ao explorar estes dois métodos de forma complementar, poder-se-ia obter um modelo da cobertura jornalística dos fenómenos da corrupção política. Em forma de conclusão, os resultados obtidos poderão, em última instância, vir a corroborar aspetos avançados, quer pela tipologia de Hallin e Mancini (2004), que atribuiu aos sistemas políticos do Sul da Europa e ao papel dos *media* algumas características

comuns; quer pelo modelo de Johnston (2005) sobre a relação entre formas de governação, abertura de mercados, participação dos cidadãos, qualidade das instituições, incluindo dos *media* e do grau de liberdade de expressão; quer ainda pelo papel dos *media* sociais na expansão dos fenómenos de corrupção em contextos de eleição e a sua relação com as notícias falsas.¹⁷

Independentemente do percurso escolhido – hipotético-dedutivo e hipotético-indutivo – há opções a fazer quanto à forma de tratamento dos dados. Se a escolha incidir em métodos quantitativos, o objetivo é traduzir as opiniões e as informações em números, de forma a poder classificá-las e analisá-las. Os dados podem ser levantados com recurso a inquéritos, a questionários e à análise de conteúdo e, posteriormente, tratados estatisticamente, por meio de *softwares* especiais, como o *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) (Bauer & Gaskell, 2002: 15-25). Se a preferência recair sobre os métodos qualitativos, o tratamento dos dados fundamenta-se na observação – direta, etnográfica, estudos de caso, etc. – com recurso a entrevistas e a análises textuais (Hughes, 2007: 249-282).

Partindo do princípio de que se trata de um exemplo, tendo como base a pesquisa de referência “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, simula-se a utilização dos dois métodos, quantitativo e qualitativo, e respetivos objetivos. A adoção do método quantitativo e da técnica de análise de conteúdo permite uma descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto do *corpus* que se quer analisar. Antes de mais, o resultado será a construção de bases e a obtenção de dados estatísticos sobre a cobertura jornalística da corrupção



data analytics
in political
campaigns

¹⁷ Cfr.: Information Commissioner's Office. *Investigation into the use of data analytics in political campaigns*. A report to Parliament 6 November 2018. <https://ico.org.uk/media/action-weve-taken/2260271/investigation-into-the-use-of-data-analytics-in-political-campaigns-final-20181105.pdf>

política. Por exemplo, quais os meios de comunicação que dão a este tema maior visibilidade; quais os protagonistas mais citados (agentes políticos, instituições públicas e privadas) nas notícias; que ilícitos se encontram noticiados; durante que período um caso de corrupção preencheu as primeiras páginas ou as secções de política. Trata-se, assim, de um procedimento que visa originar dados estatísticos sobre a corrupção política, recolhidos recorrendo à codificação e sistematização de indicadores levantados nos *media* tais como: tipo de ilícitos; processos policiais e judiciais; agentes e instituições envolvidas e outros. No segundo subcapítulo do terceiro capítulo, aprofunda-se estes métodos, apresentando exemplos da construção de bases de dados.

Neste exercício especulativo sobre a aplicação de métodos qualitativos, será possível chegar à tipificação de casos e encontrar padrões relativos à cobertura noticiosa da corrupção política, recorrendo a técnicas de análise textual e de imagem. Por exemplo, identificar padrões de atribuição de títulos na imprensa ou de chamadas na televisão, reconhecer quais são os protagonistas mais frequentes, as fontes mais nomeadas, o tom – isto é, a apresentação das notícias dentro de uma perspectiva positiva, negativa ou neutra (Patterson, 2003) – que acompanha a notícia sobre determinada situação ou, ainda, por exemplo, os enquadramentos – formas que organizam discursivamente as notícias (Entman, 1993) – mais utilizados. Poder-se-á, também, proceder à análise de fotografias, quando se trate de imprensa, ou, no caso da televisão, ter-se em conta especificidades da edição de imagem, dos cenários ou, ainda, dos protagonistas presentes nas peças sobre corrupção política. Aprofundar-se-á esta questão no terceiro subcapítulo do Capítulo III deste livro, recorrendo a exemplos de análises textuais.

EM SÍNTESE, considera-se esta etapa de análise crucial. Trata-se de **escolher o tipo de percurso** a seguir – dedutivo ou indutivo – bem como os **métodos de análise** – quantitativos, qualitativos ou ambos.

6ª Etapa de investigação: recolha de dados e delimitação do corpus

Nas etapas anteriores, aludiu-se a fenómenos sociais, como algo cuja compreensão é adquirida ou está implícita. Nesta etapa, a observação – enquanto conjunto de operações que fundamenta o modelo de análise, a construção de hipóteses e a formulação de conceitos – é o procedimento que alicerça o prosseguimento da pesquisa.

Morin (1985:15) considera que a objetividade científica é um problema complexo e depende de um conjunto de fatores subjetivos e objetivos. Entre os primeiros, enumera as características individuais do observador, a sua visão de mundo, a qualidade das suas experimentações e o relacionamento que mantém com a sociedade e os seus pares. No que concerne os fatores objetivos, enfatiza a integração na cultura do campo científico, a aceitação das regras do campo, bem como o posicionamento, crítico ou acrítico, que assume face aos conflitos teóricos, metodológicos e ideológicos.

Apesar de não se pretender discutir, neste livro, o “valor” da observação e o princípio de “realidade” dos fenómenos (Deshaies, 1992: 296), o objetivo é compreender como se obtém dados, a partir dos fenómenos sociais, e como estes se organizam em função de uma pesquisa. Assume-se, assim, que a observação, nas ciências sociais e humanas, é um método legítimo, que visa recolher toda a espécie de dados, tais como os estatísticos, os documentais e

os advindos de práticas de ação social, como os que resultam de trabalho de campo, de inquéritos, questionários, sondagens, entrevistas, etc. No sentido mais estrito, como na observação etnográfica, esta operação pode consistir na presença, e envolvimento, do pesquisador, numa situação social para a registar e interpretar, procurando sempre não interferir nela ou modificá-la.

A observação caracteriza-se em função dos procedimentos e objetivos como assistémica, sistémica, não participante, participante, individual, em equipa, entre outros (Marconi & Lakatos, 1982:65-69). No percurso de observação, um dos fatores que determina a pertinência dos dados a recolher é a sua capacidade de integrar as hipóteses como indicadores. Conforme o tipo de dados observados, surgem caminhos metodológicos diferentes, mas, qualquer que seja o tipo de material recolhido, o ideal é obter-se dados que possam ser comparados e confrontados com outros.

EXEMPLIFICANDO, no tema que tem servido de exemplo – “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal” – os dados de observação encontram-se na matéria noticiosa e imágética veiculada pelos *media* sobre a corrupção política. Por esta razão, a observação pode abarcar múltiplos dados, como, por exemplo, a identificação do meio (imprensa, televisão, etc.); o dia em que as notícias foram publicadas ou emitidas; a proeminência dessas matérias; o género jornalístico; as diversas facetas de corrupção política: os protagonistas presentes, bem como fontes e cenários. Os dados observáveis, na temática sobre corrupção política, envolvem, por exemplo, conhecimentos sobre a legislação produzida sobre a matéria em geral e em Portugal em particular, as tipologias identificadas pelas agências internacionais – por exemplo, *The anti-corruption plain language guide*, produzido pela Transparência Internacional em 2009 – ou, ainda, os casos que se encontram em tribunal.

A recolha de dados depende do campo de análise e da seleção das unidades de observação. O primeiro aspeto determina o *corpus* ou amostra, isto é, o âmbito da análise empírica, a sua circunscrição temporal e espacial, no espaço geográfico e social. Uma vez que pesquisar a totalidade do universo não é exequível, na maior parte das vezes, por motivos de tempo e recursos, a delimitação da amostra ou do *corpus* pode ser feita em função da sua representatividade e pertinência, seguindo-se a seleção das unidades de observação.

POR EXEMPLO, não sendo possível pesquisar em todos os meios de comunicação portugueses e num período alargado (século ou décadas) todos os fenómenos de corrupção política, torna-se necessário delimitar o *corpus*. O tamanho ou volume do *corpus* a analisar pode obedecer a critérios de tempo (um determinado período de história contemporânea, um mandato presidencial ou vigência de um governo); a princípios derivados de elementos caracterizadores dos meios de comunicação (por exemplo, dados que demonstram a universalidade do acesso às redes sociais ou à televisão generalista, em detrimento de um menor acesso à imprensa) ou ainda a casos de corrupção política em fase de julgamento nos tribunais. Com base nestes critérios, poder-se-á chegar a um *corpus*, constituído por jornais noticiosos das televisões generalistas do *prime-time* (entre as 20h e as 22h), no período de vigência do XVII (12 de março de 2005 a 26 de outubro de 2009) e XVIII (de 26 de outubro de 2009 a 21 de junho de 2011) governos constitucionais. Ainda dentro deste *corpus*, e com os princípios anunciados anteriormente, a análise pode restringir-se aos casos que se encontram tramitando nos tribunais. No mesmo exemplo, e sempre dentro de exigências de coerência lógica, podem ser identificadas como unidades de registo, as peças televisivas sobre os casos de corrupção política em tribunal.

Contudo, as unidades de registo podem, ainda, ser *frames* das peças jornalísticas e, também, os discursos que cada *frame* contém. Pode-se ainda delimitar como *corpus*, os *tweets* sobre corrupção veiculados durante as campanhas eleitorais e analisar os discursos subjacentes, avaliando a sua orientação e referências a partidos políticos. Com estes exemplos, pretende-se mostrar como, em função do *corpus* e do objetivo da pesquisa, são variados e inúmeros os dados passíveis de recolha.

EM SÍNTESE: esta etapa – recolha de dados e delimitação do *corpus* – decorre da capacidade de observação do investigador. O objetivo é compreender **como se obtêm dados**, a partir dos fenómenos sociais, e organizá-los em função da pesquisa em curso. Depois de recolhidos os dados observados, há que **delimitar e circunscrever o *corpus* de análise que deve ser sempre representativo e justificado** mediante critérios claros temporais; mediáticos; factuais ou temáticos.

7ª Etapa de investigação: interpretação

O objetivo das sete etapas de investigação descritas é demonstrar como se obtém “conhecimento”, sendo a interpretação aquela que culmina este processo. Para alguns autores, a interpretação é um processo que envolve contingências analíticas e prescritivas; para outros, um processo fundado na sensibilidade e na intuição pessoal (Deshaies, 1992). Não sendo este o espaço apropriado ao desenvolvimento desta controvérsia, evoca-se, em síntese e a título exemplificativo, as orientações epistemológicas de Morin (1985: 19) e Ricoeur (1976: 85-87). O primeiro entende o “conhecimento” como uma tensão entre aspetos bioantropológicos e socioculturais, mediado por um sistema formalizado de opções relativas a teorias,

ideias, paradigmas e mecanismos de formalização de raciocínios. O segundo, por seu lado, considera a interpretação um movimento dialético entre a explicação e a compreensão, suportado por procedimentos circulares de cariz hipotético-dedutivo e hipotético-indutivo que visam superar a mera conjectura.

Três pré-requisitos estão subjacentes a esta etapa: **i)** a recolha, organização e tratamento dos dados; **ii)** cotejamento dos dados, tendo em conta os modelos propostos, com as hipóteses levantadas e **iii)** a avaliação da pertinência das respostas obtidas às perguntas inicialmente formuladas, a partir de enquadramentos teóricos previamente identificados. Por conseguinte, esta avaliação deverá ser feita, quer relativamente ao enquadramento teórico inicial e aos modelos de análise mobilizados, quer tendo em conta os resultados procedentes do cotejamento dos dados com as hipóteses.

A interpretação é, também, a etapa que abre caminho à transição entre a investigação propriamente dita e a sua publicitação. Dito de outro modo, a interpretação faz a passagem do campo da investigação, possuidor de uma linguagem especializada e necessariamente mais hermética, para um texto formalizado com vista a uma divulgação mais abrangente. Neste sentido, exige-se ao investigador a apresentação, de forma compreensível e clara, dos resultados a que chegou, explicitando os raciocínios, inferências, que permitem partir de um conjunto de dados iniciais, teoricamente enquadrados, para um conhecimento “novo” sobre o objeto analisado. Trata-se, na verdade, de uma fase em que há uma mudança qualitativa e se assume que o conhecimento não é por natureza estável, mas sim algo em constante processo de transformação e aquisição (Kuhn, 2005).

O percurso interpretativo está vinculado e é regulado por tradições disciplinares nem sempre coincidentes, para além de apresentar uma componente de subjetividade elevada, que depende do ponto de vista do pesquisador, nomeadamente do que ele entende como “realidade” e como “objeto” de investigação.

Tendo como referência, mais uma vez, o tema exemplificativo “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, a etapa interpretação desenrola-se a partir do cotejamento dos dados, da confrontação destes com as hipóteses inicialmente levantadas, sempre mantendo um diálogo com o modelo eleito e os quadros teóricos evocados. O desenvolvimento desta etapa apontará os elementos socioculturais e mediáticos que levam à cobertura jornalística de determinados acontecimentos de corrupção política, discutindo, em simultâneo, a validade dos modelos de organização mediática e de produção da informação. É expectável que estes procedimentos gerem não só “novos” conhecimentos relativos ao objeto de análise, “cobertura jornalística da corrupção política”, como permitam a formulação de “novos” conhecimentos teóricos, ao confrontar as teorias existentes com dados e hipóteses observados e sistematizados (Morin, 1985:15).

Mantendo-se a menção ao anterior tema “cobertura jornalística da corrupção política”, pode aventar-se que os indicadores recolhidos permitem criar bases de dados sobre os “casos de corrupção política” no período definido no *corpus*. Com base nestes dados, será possível aferir as agendas dos meios de comunicação e interpretar, com o recurso a quadros de referência teóricos, os tipos de corrupção política que adquirem maior visibilidade em Portugal. Partindo do modelo adotado – por exemplo, Hallin e Mancini (2010) – ou de tipologias consolidadas – por exemplo, por Della Porta e Meny (1997), Sajó (2002) ou Johnston (2009) – discute-se a validade e avançam-se “novos” conhecimentos em função de procedimentos hipotético-dedutivos e hipotético-indutivos, que articulam dados e enquadramentos teóricos.

Por exemplo, argumenta-se sobre a inclusão de Portugal num determinado sistema mediático e político mediterrânico (Hallin & Mancini, 2010) ou numa síndrome de corrupção específica

[Johnston, 2009] e discutem-se as alterações, verificadas nas últimas décadas, na génese da corrupção em Portugal.

A interpretação, além de promover o diálogo entre dados, hipóteses e teorias, permite identificar fenómenos desconhecidos. Por exemplo, continuando a exploração dos dados qualitativos recolhidos, no que toca às análises textuais é, ainda, possível identificar um número elevado de indicadores referentes à corrupção e à “crise” pós 2007/2008, um fenómeno “novo”. Assim, a interpretação destes elementos leva a cotejar os indicadores referentes à corrupção política com os referentes à crise económica e financeira desses anos e tentar apreender a sua inter-relação. As inferências deverão partir da compreensão e explicação dos indicadores à luz de enquadramentos teóricos mobilizados para esse fim. Por exemplo, estes dados podem ser cotejados com os trabalhos sobre a mediatização da política (Strömbäck, 2008), sobre a corrupção e a globalização (Jain, 2001), sobre o discurso e a narrativa política (Fairclough, 2000; Bal, 2004) ou ainda sobre o papel das notícias falsas em eleições democráticas (Allcott & Gentzkow, 2017). Trata-se, assim, de um processo de interpretação que visa ampliar o objeto de pesquisa inicial – “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal” – num contexto de mediatização, globalização e expansão do poder das redes sociais, reconfigurando-o e abrindo caminho a novas investigações.

EM SÍNTESE: a 7ª etapa de investigação **conclui o processo de aquisição de um novo conhecimento**. A interpretação é uma **atividade complexa**, recursiva, que exige não só a exploração dos dados recolhidos ao longo do percurso, como o recentramento desses mesmos dados em quadros teóricos de referência, a partir de modelos já consolidados ou em fase de modelagem. Trata-se de uma etapa que **objetiva expandir o conhecimento**.

III.

MÉTODOS NA ANÁLISE DOS *MEDIA*

Este capítulo da exposição sobre a Análise dos *Media* visa discorrer sobre os métodos de análise utilizados mais frequentemente. Recorde-se que a pesquisa é um ato de reflexão e de objetivação do pensamento que recorre a conhecimento estruturado (teorias e conceitos) e a procedimentos técnicos (métodos). Note-se ainda que, independentemente da objetividade desejada, a pesquisa está condicionada pela matriz cultural do pesquisador, pelos diversos quadros teóricos de conhecimento mobilizados, bem como pelas opções metodológicas tomadas pelo sujeito da investigação (Deshaies, 1997: 25-59). Metodologia, que *significa, etimologicamente, o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciências* (Demo, 1981: 7-8), envolve processos, métodos, técnicas ou procedimentos de análise (por exemplo, estatística) da informação (Deshaies, 1997: 27). A metodologia é, por isso, uma disciplina instrumental ao serviço da pesquisa que tem como ferramentas um conjunto de processos ou operações mentais designados por métodos.

1.

MÉTODOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS

As metodologias são classificadas como quantitativas, qualitativas ou mistas. A primeira abordagem funda-se no levantamento de dados e privilegia o tratamento numérico das informações e dos fenómenos. A finalidade destes procedimentos é extrair elementos que permitam fazer inferências válidas, replicáveis e objetivas da substância das mensagens, com base em regras explícitas. Nas metodologias quantitativas, o método mais utilizado é a análise de conteúdo, com recurso a procedimentos informáticos e estatísticos. A segunda abordagem, qualitativa, assume que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do pesquisador que não pode ser traduzido em números:

A interpretação dos fenómenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem (Silva & Menezes, 2001: 6).

A metodologia qualitativa recorre preferencialmente às análises textuais e à observação e tem como objetivo proceder à interpretação de informações, textos e documentos. Os métodos

utilizados advêm preferencialmente das correntes interpretativistas filosóficas, da Hermeneútica, da Linguística, da Narratologia e das Análises dos Discursos. As metodologias mistas, a terceira abordagem, recorrem a perspectivas quantitativas e qualitativas e a técnicas de triangulação de dados. Na atualidade, constitui a abordagem mais utilizada, pois tem a capacidade de apreender fenómenos complexos, a partir de diferentes perspectivas e dimensões. As pesquisas que visam a Análise dos *media* sociais, que serão bordadas no capítulo IV, socorrem-se normalmente destas metodologias, embora tenham de proceder a adequações dos métodos existentes, como adiante se explicará.

A captura, registo, tratamento e sistematização dos dados quantitativos e qualitativos fazem-se, preferencialmente, por meio de *softwares* especializados (Bauer & Gaskell, 2002; Sloan & Quan-Haase, 2017). Por exemplo, no caso dos métodos quantitativos o Microsoft Excel¹⁸ ou o SPSS (Statistical Package for the Social Sciences);¹⁹ nos métodos qualitativos as opções podem ser o NVIVO²⁰ ou o Maxqda²¹, que permitem a análise de entrevistas, respostas abertas de pesquisa, artigos, redes sociais e conteúdos *web*; para a recolha de dados nos *media* sociais, por exemplo, o programa R for data science,²² ou ainda o GEPHI²³ e o UCINET,²⁴ para a visualização e exploração de redes sociais.

¹⁸ Cfr.: Microsoft Excel (https://microsoft_excel.pt.downloadastro.com/)

¹⁹ Cfr.: SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)(<https://www.spss-tutorials.com/spss-what-is-it/>)

²⁰ Cfr.: NVIVO (<https://www.qsrinternational.com/nvivo/support-overview/downloads>)

²¹ Cfr.: Maxqda (<https://www.maxqda.com>)

²² Cfr.: R for data science (<https://www.cs.upc.edu/~robert/teaching/estadistica/rprogramming.pdf>)

²³ Cfr.: GEPHI, com diferentes aplicações em função de objetivos de investigação como exploração de dados, análise de links, análise de conexões em rdes sociais, etc. (<https://gephi.org/>)

²⁴ Cfr.: UCINET, programa para a análise das redes sociais <https://sites.google.com/site/ucinetsoftware/downloads>

Convém esclarecer que a pesquisa quantitativa tem uma abordagem epistemológica empírica e positivista, fundada no filósofo Augusto Comte (1798-1857), o que não impede de incorporar uma abordagem dedutiva aos fenômenos sociais (Neuman, 2007). Esta abordagem metodológica pretende, na generalidade, demonstrar tendências de evolução de uma teoria, ao assumir que o mundo real e objetivo existe para além dos sujeitos pensantes e que os seres humanos têm acesso a esse mundo real através dos sentidos. Segundo esta conceção empírica, os fenômenos podem ser conhecidos quando se elimina o subjetivismo e se empreende a recolha regular de evidências, dentro do princípio de que um bom conhecimento empírico resulta da correspondência entre as evidências descritas e interpretadas e o mundo que “está lá fora” (Gonzalez Rey, 2005). Neste sentido, a pesquisa quantitativa está centrada em dados recolhidos em textos, entrevistas, inquéritos, questionários ou sondagens, que posteriormente são tratados estatisticamente com recurso a *softwares* específicos. A criação de bases de dados que advém destes procedimentos incorpora procedimentos sofisticados de análise de conteúdo, nomeadamente a construção de um manual de procedimentos (*code book*), em que se encontram definidas as categorias de análise (variáveis) e as suas respectivas modalidades (Bauer & Gaskell, 2000).

As metodologias qualitativas têm, por sua vez, uma orientação construtivista que entende que a evidência é sempre observada por indivíduos e que a interpretação decorre de subjetividades. Neste sentido, a abordagem é indutiva e compreensiva, sendo que as ideias (teorias) e a experiência (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhe e interpretam os fenômenos (Guerra, 2006). Salienta-se que a pesquisa qualitativa incide em textos/documentos com o objetivo de proceder à análise através da interpretação, dando grande importância

à qualidade e à coleta de dados. As técnicas inerentes a estas metodologias são as análises textuais e as que derivam da sistematização dos procedimentos de observação. Como se verá em seguida, são diversas as correntes de pensamento e as propostas conceituais e teóricas presentes nas análises textuais. Por sua vez, as técnicas de observação implicam níveis diferenciados de envolvimento dos pesquisadores. Por exemplo, a etnografia é uma das ferramentas qualitativas mais importantes na pesquisa social que inclui a participação do investigador no quotidiano da população investigada durante um certo período de tempo. O termo investigação etnográfica adquire múltiplas facetas, tais como inquéritos qualitativos, trabalho de campo ou pesquisa de terreno, métodos interpretativos e estudos de caso (Hammersley & Atkinson, 2007). A etnografia virtual ou netnografia (Kozinets, 2010), investigação de tipo etnográfica realizada na internet, também constitui uma abordagem qualitativa, que utiliza inquéritos *online*, entrevistas *online* e *focus* grupos *online*, em tempo real e diferido. Os dados recolhidos com recurso a estes métodos caracterizam-se por proceder de diversas fontes, serem pouco estruturados, de natureza diversa e incorporarem alguma subjetividade e incerteza. A pesquisa etnográfica, incluindo a etnografia virtual (Hine, 2015), é fundamentalmente indutiva, utiliza a noção de mapa (situacional, social e relacional) para observar os fenómenos, sistematizar conceitos e propor teorias e, em simultâneo, tende a privilegiar os métodos mistos.

Salienta-se, ainda, dentro das metodologias qualitativas, os estudos de caso que utilizam métodos quantitativos e qualitativos. Os estudos de caso são estratégias pluralistas de pesquisa que utilizam diversos métodos de recolha de dados, muitas vezes centradas em preocupações do pesquisador, que enuncia questões do tipo “como” e “porquê”. Este tipo de pesquisa é frequentemente utilizado na prospeção de problemáticas “novas”

e em trabalhos académicos que visam apreender fenómenos previamente delimitados e pouco controlados. Os estudos de caso têm, assim, um o papel exploratório (no sentido de mapear tendências e questões), uma função descritiva (expõem dados e indicadores e cotejam-nos) e explanatória (expõem situações únicas e tentam organizar elementos que possam ser generalizados em situações similares) (Yin, 2001: 21-25).

As pesquisas sobre os *media* e o jornalismo, bem como sobre os *media* sociais, recorrem muitas vezes a métodos mistos ou a processos de triangulação o que aponta para a utilização, numa mesma investigação, de diversos métodos quantitativos ou métodos quantitativos e qualitativos (Flick, 2002, 2005). São identificados quatro tipos de triangulação: triangulação de dados advindos de diversas fontes; triangulação no sentido de implicar diversos pesquisadores com diferentes perspetivas sobre a mesma investigação; triangulação teórica, ou a utilização de diversas teorias na interpretação dos resultados, e triangulação metodológica, com o recurso a diversos contributos metodológicos (Denzin, 1978: 291). A utilização de métodos mistos reflete a crescente complexidade dos fenómenos sociais e mediáticos, nomeadamente os espoletados pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e dos *media* sociais que se abordam no capítulo IV.

2.

TÉCNICAS DE ANÁLISE DO CONTEÚDO

A análise de conteúdo é uma técnica de investigação, aplicável a todos os conteúdos dos meios de comunicação, que tem por finalidade a descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto. Nos primórdios da análise de conteúdo estão os trabalhos do sociólogo alemão Max Weber, em 1927, que, a partir da análise sistemática de jornais levantou tendências comportamentais da sociedade do seu tempo. Paul Lazarsfeld e Harold Lasswell, dois fundadores da pesquisa em comunicação, nos anos 20 e 30 do século passado, utilizaram procedimentos de análise semelhantes a documentos sobre a I Guerra Mundial.

Na análise de conteúdo, a ênfase que os pesquisadores imprimem à “objetividade” e ao levantamento de conteúdos “manifestos” revela as ambições deste método no estudo dos fenômenos sociais e humanos. Esta metodologia segue três princípios do método científico: i) Objetividade – que pressuõe o uso de regras explícitas com a finalidade de obter resultados semelhantes em diferentes circunstâncias; ii) Sistematização – processo de categorização, com base em princípios declarados, que permite o levantamento organizado de dados; iii) Generalização – procedimento que visa cotejar os dados recolhidos e as inferências produzidas, em contextos semelhantes.

Segundo Bauer e Gaskell (2000:194), a sua utilização poderá contribuir para seis respostas possíveis a perguntas colocadas pelos pesquisadores: uma resposta descritiva (quantas notícias o jornal diário X publicou sobre um determinado tema, por exemplo corrupção); uma resposta normativa, sobre a construção de constantes ou “padrões” (por exemplo, quais são os “padrões” jornalísticos de cobertura da corrupção); análises trans-seccionais (por exemplo, dois jornais cobrindo uma notícia específica sobre corrupção durante um mês); análises longitudinais (onde se compara, no mesmo contexto, a cobertura da corrupção por um tempo longo); análises de indicadores culturais, em que, em conjunto com análises de conteúdo longitudinais e outro tipo de análises qualitativas, se levantam mapas de tendências de comportamento sociais.

Nesta perspectiva, a análise do conteúdo objetiva quantificar e tratar estatisticamente dados recolhidos num conjunto alargado de textos (impressos, visuais, sonoros, *online*, etc.), com vista a construir inferências e interpretações. Nos *media* sociais outro tipo de dados, gerados por utilizadores, como *posts*, *likes*, *links*, amigos e seguidores, tornaram-se importantes, principalmente em questões de política. Trata-se de procedimentos que levam à construção de bases de dados e implicam uma fase de pré-análise, exploração do material selecionado e, por fim, o tratamento dos dados recolhidos. A análise de conteúdo exige que se defina um *corpus*, isto é, um conjunto de documentos/materiais/textos, sobre o qual incida a análise. Este *corpus* pode ser delimitado tendo em conta um tema, ou temas, questões de periodicidade e volume, mas sobretudo a representatividade do material selecionado. Um *corpus* de análise deverá ser sempre representativo, sob pena de os resultados não poderem ser validados e não alcançarem uma leitura universal. Contudo, nos *media* sociais, a definição de um *corpus* constitui um desafio,

pela quantidade de dados produzidos e pela sua constante mutação, o que obriga a contextualizar os dados, no momento da recolha, e a adotar abordagens em pequena escala, delimitadas espacial e temporalmente (Zeller, 2017: 386-404).

Os procedimentos técnicos inerentes à análise de conteúdo implicam, ainda, a formulação de categorias unívocas de análise, isto é, categorias fundamentadas teoricamente e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de registo de definições, a que se dá o nome de *code book*. Este percurso, atualmente parametrizado em programas, como o já referido SPSS,²⁵ permite a codificação de dados e a criação de bases de dados. O desenho do programa envolve o planeamento (*Planning*); recolha de dados (*Data Collection*); base de dados (*Data Access*); gestão da base e pré-testes (*Data Management and Data Preparation*); análise de dados (*Data Analysis*); relatórios (*Reporting*); antecipação de tendências (*Deployment*).

A definição de variáveis e a sua codificação tem como pressuposto a existência de conhecimentos estruturados no campo que se pretende investigar. Quer isto dizer que a construção de variáveis, capazes de responder à pergunta de partida e dar conta dos objetos e dos objetivos de uma pesquisa, deverá resultar de um percurso teórico e empírico anterior. Em simultâneo, o processo de construção de variáveis e das suas modalidades ou indicadores terá de se sujeitar a pré-testes sobre o *corpus* selecionado, na tentativa de compreender se as variáveis e indicadores eleitos traduzem a multiplicidade de evidências ou fenómenos sociais que se pretende analisar.

²⁵ Citam-se aqui os seguintes manuais e sites: Brymann, A. & Duncan, C. (1997) *Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows*, London, Routledge; Howitt, D. & Cramer, D. (1997) *A Guide to Computing Statistics with SPSS for Windows*, Hertfordshire, Prentice Hall; Pereira, A. (2003) *SPSS, Guia prático de utilização*, Lisboa, Edições Sílabo: <http://www.spss.com>; <http://www.ats.ucla.edu/stat/spss>

EXEMPLO

Toma-se como exemplo da análise de conteúdo com recurso ao SPSS a realizada sobre a corrupção política em Portugal, no projeto “Cobertura jornalística da corrupção política: uma perspectiva comparada Portugal, Brasil e Moçambique”.²⁶ Embora esta pesquisa se debruce sobre a cobertura jornalística da corrupção nos três países, os exemplos apresentados incidirão apenas sobre a investigação relativa a Portugal. Como todas as investigações, esta envolveu, também, um trabalho anterior à análise, que incidiu na contextualização histórica, política, económica, mediática e judicial da problemática. Desta forma, a análise de conteúdo tem como pré-requisito metodológico o levantamento de contextos e fatores históricos, políticos, económicos, mediáticos e judiciais que envolvem os objetos ou dados a analisar. Foi a contextualização e a sistematização destes conhecimentos que permitiu aos pesquisadores formular hipóteses de trabalho e enunciar as categorias (variáveis) de análise.²⁷

As perguntas de partida do projeto “Cobertura jornalística da corrupção política” visavam conhecer: Qual o volume de peças publicadas e qual o meio – na imprensa, na rádio ou na televisão – que mais publica sobre estas temáticas? Quais os temas mais abordados e quais os atores mais focados? Que fontes têm maior proeminência? Há possibilidade de identificar a tipologia dos ilícitos e as regiões onde estão localizados os acontecimentos reportados nas peças? Que padrões existem na cobertura

²⁶ Cfr.: O projeto “Cobertura jornalística da corrupção política: uma perspectiva comparada Portugal, Brasil e Moçambique” (FCT Ref^a: PTDC/IVC-COM/5244/2012) <https://corrupcaopoliticacimj.wordpress.com/>

²⁷ Cfr.: Cunha, I. F. & Serrano, E. (2016) (Coord.). *Media, Corrupção e Justiça*. Lisboa: Mariposa Azul; Cunha, I. F.; Serrano, E. & Figueira, J. (2016) (Coord.). *A corrupção vista pelos jornalistas*. Covilhã: Labcom; Cunha, I.F. & Serrano, E. (coord.) (2014). *Cobertura Jornalística da Corrupção Política: sistemas políticos, sistemas mediáticos e enquadramentos jurídicos*. Lisboa: Alêtheia.

jornalística da corrupção política? Qual a duração de uma agenda mediática sobre um fenómeno de corrupção?

Neste projeto foram organizados três grupos de variáveis: variáveis de forma; variáveis de conteúdo e as variáveis de discurso. Recorde-se que as análises de coberturas jornalísticas envolvem, no mínimo, dois objetos complementares de pesquisa. No exemplo sobre “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, temos o tema corrupção e o meio de comunicação que reporta o fenómeno ou acontecimento, como a imprensa, a rádio, a televisão ou os *media* sociais.

As *Variáveis de Forma* sistematizam os elementos descritivos formais do meio de comunicação e da informação que é publicada, através de número de identificação atribuído à informação (1. variável de identificação). Em seguida, identificam o meio onde a informação foi publicada, o nome do periódico, o canal de televisão ou rádio ou o *media* social (2. variável designação do meio); o autor ou autores das peças (3. variável autoria); data de publicitação (4. variável data); espaço ocupado pela informação (5. variável espaço); visibilidade concedida à informação (6. variável proeminência); género jornalístico (7. variável género) ou ainda as variáveis que assinalam a existência de fotografias, gráficos, infografias, *links* e outros elementos (8. variável grafismos) presentes na informação disponibilizada.

As *Variáveis de Conteúdo* estão associadas ao tema da cobertura jornalística. No exemplo em apreço, elas foram construídas tendo em consideração: os casos de corrupção com trâmites judiciais e denunciados nos *media*; os contextos políticos, económicos e sociais em Portugal; legislação e tipologias de crimes de corrupção; dados estatísticos sobre a corrupção em Portugal, disponibilizados por instituições nacionais e internacionais. Por exemplo, estas variáveis podem identificar: o caso reportado (1. variável Caso); o tema principal da informação (2. variável tema 1); o tema

secundário (3.variável tema 2); o(s) ator(es) (indivíduo ou instituição) mais focados ou nomeados na informação (4.variável ator1 ou/e 5.variável ator2); o crime de corrupção nomeado (6.variável tipo de corrupção1 ou/e 6.variável tipo de corrupção2); o local (região ou país) ou âmbito, local, regional, nacional ou internacional (7.variável geográfica).

As *Variáveis do Discurso* fundamentam-se em princípios de análises textuais respondendo, por exemplo, às seguintes questões: a) quais os enquadramentos das informações que focam a corrupção; b) qual é o tom mais utilizado nas informações sobre corrupção e sobre os atores que são reportados; c) quais as vozes, dos atores e das instituições, mais visíveis. Estas variáveis podem, por exemplo, caracterizar o tipo dominante de narrativa (1.variável narrativa); o tom dominante da peça (2.variável tom); as vozes com maior visibilidade (3.variável vozes).

No exemplo enunciado, foram analisados os conteúdos dos jornais televisivos do *prime-time*, dos três canais de televisão RTP1, SIC e TVI. Os casos analisados foram designados *BPN*, *Face Oculta*, *Freeport* e *Submarinos*,²⁸ e a análise incidiu nos anos entre 2005 e 2012.²⁹

Observa-se, neste quadro, que a maior intensidade de cobertura está no ano de 2009, ano das eleições legislativas ou eleições para a Assembleia da República. No seguimento destas eleições, tomou posse o Primeiro Ministro José Sócrates,³⁰ que, em novembro de 2014, será detido preventivamente, indiciado por corrupção, fraude fiscal e branqueamento de capitais.

²⁸ Os casos *BPN*, *Face Oculta*, *Freeport* e *Submarinos* foram, alegadamente, casos de corrupção que envolveram políticos, banqueiros e empresários. Estes casos foram objeto de análise no Projeto citado.

²⁹ Cfr.: Revista *Média & Jornalismo*, nº 26, 2015 <http://cicdigitalpolo.fcsh.unl.pt/pt/revista-media-jornalismo-26-corruptao-politica-media-e-democracia/>

³⁰ Cfr.: Figueiras, R. (Coord.) (2011). *Os Média e as Eleições Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*. Lisboa: Universidade Católica.

QUADRO 3 | INTENSIDADE (NOTÍCIAS POR CASO) DA COBERTURA JORNALÍSTICA DA CORRUPÇÃO EM PORTUGAL NOS JORNAIS TELEVISIVOS DO PRIME-TIME NOS TRÊS CANAIS RTP, SIC E TVI (2005-2012)³¹

Ano/Caso	BPN			Face Oculta			Freeport			Submarinos		
Canal	RTP	SIC	TVI	RTP	SIC	TVI	RTP	SIC	TVI	RTP	SIC	TVI
2005	0	1	1	-	-	-	10	9	8	-	-	-
2006	3	5	0	-	-	-	0	0	0	-	-	-
2007	0	0	0	-	-	-	7	6	3	3	0	6
2008	72	72	82	-	-	-	0	0	1	0	0	0
2009	172	172	181	123	128	105	204	270	247	8	13	17
2010	36	36	50	55	101	57	42	35	34	22	46	39
2011	41	41	36	32	37	44	2	7	7	11	11	9
2012	57	57	59	12	19	35	23	15	44	21	15	19
Total	407	384	409	222	285	241	288	342	344	65	85	77

FONTE: POJETO CORRUPÇÃO (REVISTA MEDIA & JORNALISMO, Nº 26, 2015 [HTTPS://WWW.ICNOVA.FCCH.UNL.PT/REVISTA-MEDIA-JORNALISMO-26-CORRUPCAO-POLITICA-MEDIA-E-DEMOCRACIA/](https://www.icnova.fcsh.unl.pt/revista-media-jornalismo-26-corrupcao-politica-media-e-democracia/))

O Quadro 3. responde às seguintes perguntas:

Pergunta: **i)** Em que ano, entre 2005 e 2012, há um maior número de notícias sobre corrupção? Resposta: o ano de 2009;

Pergunta: **ii)** Qual o canal e em que caso, há uma cobertura mais intensiva deste tema? Resposta: TVI no caso BPN;

Pergunta: **iii)** Em que ano teve início, respetivamente, o caso *Face Oculta* e *Submarinos*? Resposta: O caso *Face Oculta* em 2009 e o caso *Submarinos* em 2007.

³¹ O caso *Face Oculta* tem início em 2009; o caso *Submarinos* tem início em 2007.

O mesmo Quadro apresenta, ainda, elementos, que são reorganizados no Quadro 4. para se reponder a outras perguntas:

Pergunta: **iv)** Qual o canal que regista um maior número de notícias sobre casos de corrupção? Resposta: A SIC com 1096;

Pergunta: **v)** Qual o caso com maior intensidade de cobertura entre 2005 e 2012? Resposta: O caso *BPN* com 1200 notícias nos três canais analisados;

Pergunta: **vi)** Qual o total de notícias ou intensidade da cobertura ao longo destes anos? Resposta: Nos três canais e ao longo destes anos, registaram-se 3149 notícias.

QUADRO 4 | INTENSIDADE TOTAL DA COBERTURA JORNALÍSTICA DA CORRUPÇÃO EM PORTUGAL NOS JORNAIS TELEVISIVOS DO *PRIME-TIME* NOS TRÊS CANAIS RTP, SIC E TVI (2005-2012)

Casos	RTP	SIC	TVI	Intensidade Total
BPN	407	384	409	1200
Face Oculta	222	285	241	748
Freeport	288	342	344	174
Submarinos	65	85	77	227
Total	982	1096	1071	3149

FONTE: POJETO CORRUPÇÃO (REVISTA MEDIA & JORNALISMO, Nº 26, 2015 [HTTPS://WWW.ICNOVA.FCSH.UNL.PT/REVISTA-MEDIA-JORNALISMO-26-CORRUPCAO-POLITICA-MEDIA-E-DEMOCRACIA/](https://www.icnova.fcsh.unl.pt/revista-media-jornalismo-26-corrupcao-politica-media-e-democracia/))

As técnicas de análise de conteúdo permitem o levantamento de muitos outros dados, que podem ser de natureza formal ou relativos à substância. No primeiro caso, podem ser enunciados como exemplos, a análise, em jornais impressos, dos espaços (linhas, parágrafos, etc.), ou proeminência (Destaque, Primeira Página, etc.) dada a uma certa notícia, ou no caso

dos jornais televisivos o posicionamento no alinhamento ou o tempo atribuído a uma determinada informação. Estes dados poderão permitir observar, por exemplo, que as notícias sobre um determinado tema assumem mais ou menos visibilidade, quer nos jornais impressos, quer nos jornais televisivos, em momentos específicos.

As análises de conteúdo que visam a substância procuram levantar e tratar estatisticamente categorias como temas, atores, cenários, tom, tipo de narrativa, argumentação e outras. Da fase de levantamentos de dados, que é predominantemente descritiva e estatística, pode-se evoluir para a busca de padrões, no sentido de entender as rotinas do fazer jornalístico relativamente a determinadas temáticas.

POR EXEMPLO, mantendo o tema corrupção política, a busca de um padrão levou à identificação de constantes, tais como notícias centradas em atores, nomeadamente nas figuras proeminentes da democracia – mesmo não sendo protagonistas dos casos – a utilização de terminologia jurídica imprecisa, o tom negativo e uma narrativa centrada no conflito.

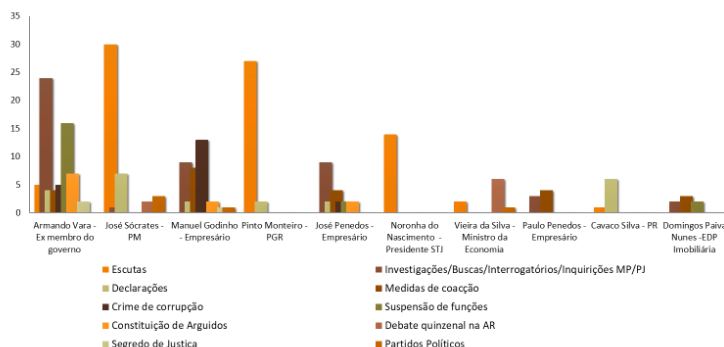
A análise de conteúdo permite, também, análises trans-seccionais, como, por exemplo, o cruzamento de dados relativos ao tema e ao ator num determinado jornal televisivo (Quadro 5) ou ainda análises longitudinais, em que se pode comparar, num contexto preciso, a cobertura de uma determinada temática. Finalmente, este método, permite ainda análises de indicadores culturais, como por exemplo, identificar a partir de dados de análise de conteúdo a evolução de determinadas tendências.

QUADRO 5 | ANÁLISE TRANS-SECCIONAL DO CASO *FACE OCULTA* –

CRUZAMENTO DE DADOS RELATIVAMENTE AOS TEMAS

(LISTADOS POR ORDEM DE FREQUÊNCIA NA BASE DO QUADRO E APRESENTADOS NO GRÁFICO EM FUNÇÃO DAS CORES) E AOS ATORES PRINCIPAIS (IDENTIFICADOS NA LINHA HORIZONTAL DO GRÁFICO).

Caso *Face Oculta*: Tema X Ator Principal



FONTE: POJETO CORRUPÇÃO [REVISTA MEDIA & JORNALISMO, N° 26, 2015 [HTTPS://WWW.ICNOVA.FCSSH.UNL.PT/REVISTA-MEDIA-JORNALISMO-26-CORRUPCAO-POLITICA-MEDIA-E-DEMOCRACIA/](https://www.icnova.fcsh.unl.pt/revista-media-jornalismo-26-corrupcao-politica-media-e-democracia/)]

Apesar das inúmeras possibilidades de obtenção e interpretação de dados que a análise de conteúdo comporta, a crítica mais persistente é concentrar-se no levantamento de grandes saliências temáticas, dando a todas igual peso e tratamento, esquecendo que há relações de sentido que não são possíveis de apreender por meio deste método. Deste modo, pesquisadores, nomeadamente Gitlin (1980), Shoemaker e Reese (1996), Decon, Pickering e Murdock (1999), consideram que a construção de uma base de dados e a aplicação de códigos pré-definidos a um conjunto de textos, previamente selecionados, constitui apenas uma abordagem possível, pois não garante a apreensão cabal dos significados presentes nos textos. Por esta razão, os teóricos e metodólogos procuram integrar nesta análise procedimentos que visam captar características da análise textual, tais como a narrativa, a argumentação e a retórica (Neuendorf, 2002).

3. MÉTODOS QUALITATIVOS

Em alternativa ou complemento às análises de conteúdo, desenvolve-se, neste subcapítulo, três métodos qualitativos de análise, que poderemos inserir sob o amplo chapéu das análises textuais, com história teórica e metodológica mais recente, fundamentalmente inscrita nos países europeus. Salienta-se que, enquanto as análises de conteúdo são um método utilizado transversalmente nas Ciências Sociais, as análises textuais estão preferencialmente associadas às Humanidades, sobretudo ao desenvolvimento da Linguística, dos Estudos Literários e da Filosofia. Veremos, adiante, contudo, como a Antropologia, a Etnografia, a Sociologia e a História, desde a década de 80 do século XX, têm recorrido a metodologias qualitativas, nomeadamente a análises narrativas. Trata-se de metodologias que permitem uma leitura mais profunda e uma interpretação mais completa dos conteúdos veiculados pelos *media*, permitindo uma visão mais compreensiva do modo como estes (re)constroem a realidade política e social.

Entre as análises qualitativas, selecionámos três métodos, cujas fronteiras nem sempre são nítidas e que têm múltiplas conexões: as análises narrativas; as análises semióticas / semiológicas e as análises do discurso. Ao avançar com estas classificações, tem-se consciência não só da simplicidade teórica, como da imprecisão destes “rótulos”, mas o objetivo é descrever e confrontar as técnicas de análise oferecidas por cada uma das metodologias, mostrando quais as suas potencialidades e etapas para análises das mensagens produzidas pelos *media*.

3.1. Análise(s) Narrativas(s)

Na década de 90, o estudo da narrativa conheceu um “revivalismo notável”, consolidando a sua deslocação do campo original – o estudo da narrativa literária – para outras disciplinas: da História à Ciência Política, da Psicologia à Antropologia, da Linguística ao Direito. Este expansionismo coincide com o chamado “narrative turn”, tal como o descreveu Martin Kreiswirth (2005), que influenciou as Humanidades e as Ciências Sociais, mas também áreas como a Antropologia, a Medicina ou a Psicologia. A importância e onipresença da narrativa, como modo de representação e de comunicação privilegiado, facilitaram a sua cooptação por disciplinas que não apenas os estudos literários:

Uma das consequências da viragem narrativa (ou narrativista) (...) é a de que o estudo da narrativa se autonomizou quer do seu contexto académico original das Humanidades – em Religião, Filosofia, Historiografia, Estudos Literários e Estudos Culturais – quer do campo das narrativas verbais e afins (...) Na última década, a narrativa tornou-se um campo significativo de estudo em múltiplas áreas disciplinares, desde as artes, às ciências sociais e naturais, até aos estudos de *media* e comunicação, ou à medicina (...) (Kreiswirth, 2008: 378).³²

³² “One consequence of the narrative (or narrativist) turn (...) is that the study of story has been effectively dislodged from its original academic home in humanities – in religion, philosophy, historiography, and literary and cultural studies - and in the text-based varieties of its near relatives (...) In the last decade narrative has become a significant focus of inquiry in virtually all disciplinary formations, ranging from the fine arts, the social and natural sciences, to media and communication studies, to popular therapy and medicine” (Kreiswirth, 2008: 378). Tradução livre das autoras.

Ao fazer a história da Narratologia como campo transdisciplinar, Norbert Meuter distingue diversos contextos disciplinares que, desde então, têm beneficiado da apropriação de conceitos, métodos e instrumentos da Narratologia: Estudos Literários, Artes, História, Psicologia, Psicanálise, Filosofia, Ética, Sociologia, Teologia, Pedagogia, Direito, Medicina ou Filosofia da Ciência (Meuter, 2014). Nas palavras de Monika Fludernik, esta apropriação da narrativa por áreas de estudo tão diferentes significa uma (re)humanização das Ciências Sociais e um investimento metodológico em abordagens qualitativas que contemplam a complexidade de relações com o mundo social, permitindo visões holísticas dos fenômenos. Recorde-se que este alargamento coincide com o desconstrucionismo e o pós-modernismo que estimularam novas abordagens e novos olhares sobre questões culturais, sociais, artísticas e filosóficas, facilitando o aparecimento de um conjunto de teorias e de modelos suficientemente heterogêneos (Meister, 2014).

Esta abertura e diversificação, traduzidas na pluralização do termo Narratologias,³³ alteraram os paradigmas do estudo da narrativa, pondo em causa muitos dos princípios basilares da Narratologia Estruturalista, centrada em narrativas verbais de natureza literária, demasiado dependente do texto, excessivamente descritiva, formalista e pouco interpretativa.

³³ Perante estes desenvolvimentos, em 1999, David Herman defende que as transformações, alargamentos e contaminações da Narratologia exigem uma revisão quer da singularidade do conceito – optando pelo termo Narratologias – quer da sua matriz estruturalista e circunscrição literária: “This broad usage reflects the evolution of narratology itself (...) No longer designating just a subfield of structuralist literary theory, narratology can now be used to refer any principal approach to the study of narrative organized discourse, literary, historiographical, conversational, filmic, or other” (Herman, 1999: 27). Esta pluralização está patente quer em variantes metodológicas – narratologia natural (Fludernik, 1996), narratologia crítica (Fehn, 1992), narratologia cognitiva (Herman, 2008; 2013) –, quer em injunções epistemológicas – narratologia feminista (Lansen, 2013) ou narratologia pós-colonial (Kim, 2012), socionarratologia ou narratologia mediática (Lits, 2015; Reis, 2018).

As diferentes narratologias que emergem no início deste século – geralmente arrumadas sob o conceito lato de Narratologia Pós-Clássica – afirmam-se essencialmente, através de três tendências: por um lado, o alargamento da área a campos exteriores à literatura (de que os Estudos de *Media* e Comunicação são um exemplo); por outro, e por contraste com a Narratologia Estruturalista, a promoção de projetos interdisciplinares que estudam uma vasta gama de narrativas, independentemente das linguagens ou dos *media* de suporte; finalmente, o enquadramento do estudo da narrativa em função dos contextos de produção e de receção, chamando à colação aspetos como os de cultura, género, história, ideologia e interpretação, que a Narratologia Estruturalista não considerara.

Desde então, a narrativa tem sido objeto de estudo numa dupla perspetiva. Por um lado, assume-se o seu estatuto de modo intrínseco de estruturação do pensamento e da experiência. Assim se explica que Walter Fisher tenha recorrido à expressiva metáfora *homo narrans*, para fundar o paradigma narrativo da comunicação,³⁴ apontando para a narrativa como modo privilegiado de estruturação do pensamento e de representação (Fisher, 1987). Já Paul Ricoeur assinalara que “existe entre a atividade de contar uma história e o carácter temporal da experiência humana uma correlação que não é puramente acidental, mas apresenta uma forma de necessidade transcultural” (Ricoeur, 1987: 85) e, antes dele, Roland Barthes insistira na dimensão transcultural e atemporal da narrativa, como principal atividade da comunicação humana:

Para mais, sob estas formas quase infinitas, a narrativa
está presente em todos os tempos, em todos os lugares,

³⁴ Sobre este paradigma, veja-se também artigo de Kathleen Haspel (2008: 76-78).

em todas as sociedades; a narrativa emerge com a história da humanidade; não há, nunca houve em parte alguma um povo sem narrativa; todas as classes, todas as comunidades humanas têm as suas narrativas e, muito frequentemente, essas histórias são comumente apreciadas por homens de culturas muitas vezes opostas: (...) internacional, transhistórica, transcultural, a narrativa está aí, como a vida (Barthes, 1966: 1).³⁵

O mundo a que temos acesso constrói-se necessariamente de acordo com certos princípios narrativos, já que o nosso pensamento, as nossas estruturas mentais e o nosso conhecimento se processam por meio da narrativa, como têm vindo a demonstrar as teorias cognitivas (Bruner, 1986; Czarniawska, 2004; Fludernik, 1996). Por outro lado, a narrativa é estudada e concebida como um dispositivo de representação e de comunicação: é o modo discursivo e o tipo textual através do qual organizamos o mundo, geramos imagens do real, articulamos e lemos a sua complexidade, produzindo crenças sociais, ditando normas de conduta, disseminando estereótipos e fornecendo imagens dos outros. A opção por qualquer uma destas perspetivas determina as problemáticas e as opções metodológicas de cada campo de estudos (Robert & Shenhav, 2014).

O ser humano sempre usou os *media* que se foram sucedendo para contar as suas histórias, desde as paredes das Grutas de Lascaux, às histórias contadas ao serão, dos livros

³⁵ “De plus sous ces formes presque infinies, le récit est présent dans tous les temps, dans tous les lieux dans toutes les sociétés; le récit commence avec l’histoire même de l’humanité; il n’y a pas, il n’y a jamais eu nulle part aucun peuple sans récit; toutes les classes, tous les groupes humains ont leurs récits et bien souvent ces récits sont goûtés en commun par des hommes de culture, voire opposée: (...) international, transhistorique, transculturel, le récit est là, comme la vie.” (Barthes, 1966: 1). Tradução livre das autoras.

e jornais à rádio e à televisão ou às novas plataformas *online*, adaptando formatos, reinventando estruturas comunicacionais, recorrendo a novas linguagens. Ora, se na Antiguidade eram os mitos as grandes narrativas estruturantes da civilização, atualmente os grandes produtores de narrativas são os *media*. Responsáveis pelo modo como organizamos o mundo, como geramos imagens do real, como articulamos e lemos a sua complexidade, as narrativas mediáticas³⁶ – ficcionais (telenovelas, filmes), factuais (notícias, documentários, reportagens) e híbridas (publicidade, *reality-shows*) – são importantes disseminadores de ideias, de crenças e de visões do mundo. Desde as notícias aos documentários, das séries que consumimos nas plataformas digitais aos *reality-shows*, das rubricas desportivas da imprensa aos videojogos, aquilo que os *media* oferecem é um conjunto de narrativas – de géneros e em linguagens diversas –, que ocupam um espaço e uma função muito relevante nas nossas vidas.

Assim e no interior do movimento expansionista da Narratologia, é hoje possível delimitar epistemologicamente o campo dos *Estudos Narrativos Mediáticos*, como uma área interdisciplinar, caracterizada pela pluralidade e pela diversificação. Quer pela amplitude e diversidade dos objetos de

³⁶ O conceito de narrativa mediática confronta-se com uma plurissignificação que convém ter em conta: poderá ser entendido, em sentido lato, como uma expressão de certa forma redundante, pois que não existe narrativa sem mediação; em sentido restrito, “em grande parte capturada pelo universo de produção da chamada comunicação social, a expressão narrativa mediática assume uma feição arquitextual, modal e abstrata, aquém de concretas manifestações narrativas (...)” (Reis, 2018: 319-320), concretizando-se empiricamente em produtos concretos publicados ou emitidos pelos jornais, rádio, televisões ou *internet*.

estudo – as *narrativas mediáticas*³⁷ –, quer pela complexidade dos respetivos enquadramentos – o contexto político, social, cultural e ideológico –, quer ainda pelas dinâmicas de conjugação de mais do que uma área do saber, os Estudos Narrativos Mediáticos são um campo matricialmente interdisciplinar que acolhe elementos teóricos e metodológicos dos estudos mediáticos e instauram-se como “área de reflexão diretamente relacionada com os estudos narrativos, mas também com os estudos culturais” (Reis, 2018: 136).

Sobretudo desde o advento da *web 2.0* no início do novo milénio e das consequentes mudanças no ecossistema mediático³⁸ e nas indústrias culturais, as enciclopédias e dicionários de referência da área dos Estudos Narrativos, a par de os tradicionais conceitos da Narratologia Estruturalista, cobrem fenómenos como o multimédia, o digital, a transmedialidade, a hipertextualidade, entre outros. A *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*, coordenada por David Herman e Marie-Laure Ryan, em 2005, reconhece precisamente que a narrativa, como modelo cognitivo e tipo de discurso, se manifesta em produtos de diversos géneros e meios, sendo, portanto, desde o fim do século passado, objeto de interesse de um considerável número de áreas disciplinares, nomeadamente

³⁷ O conceito de narrativa mediática confronta-se com uma plurissignificação que convém ter em conta: poderá ser entendido, em sentido lato, como uma expressão de certa forma redundante, pois que não existe narrativa sem mediação; em sentido restrito, “em grande parte capturada pelo universo de produção da chamada comunicação social, a expressão narrativa mediática assume uma feição arquitetual, modal e abstrata, aquém de concretas manifestações narrativas (...)” (Reis, 2018: 319-320), concretizando-se empiricamente em produtos concretos publicados ou emitidos pelos jornais, rádio, televisões ou internet.

³⁸ A expressão ecossistema mediático é utilizada por João Canavilhas (2010), inspirando-se em Neil Postman (http://www.media-ecology.org/media_ecology/)



The Living
Handbook of
Narratology

as Ciências da Comunicação e os Estudos de *Media* (Herman *et al.*, 2008: ix).³⁹

No *The Living Handbook of Narratology*, obra mais recente, *online*, desenvolvida pela Universidade de Hamburgo e coordenada por Peter Hühn, autores como Marie-Laure Ryan, Britta Neitzel ou Markus Kuhn têm contribuído com artigos que problematizam os modos de produção, construção e receção das ‘novas’ narrativas digitais:⁴⁰ a primeira atualizou, em outubro de 2014, o seu artigo sobre a disseminação da narrativa por diversos *media* (Ryan, 2014); Britta Neitzel (2014) publicou nesse mesmo ano um texto sobre a dimensão narrativa dos jogos de computador e Kuhn (2014) dedica o seu artigo à narrativa fílmica.

Em 2014, foi publicado, com chancela da prestigiada Walter de Gruyter, uma coleção de ensaios sobre duas novas tendências dos Estudos Narrativos: o estudo da transmedialidade e das narrativas não-naturais (Albert & Hansen, 2014) que substanciam um conjunto de propostas teóricas sobre os novos produtos narrativos para os quais a Narratologia Estruturalista se revela manifestamente insuficiente. Longe estão já as décadas de 70 e 80 do século passado, em que um dicionário ou uma

³⁹ O índice de entradas desta obra integra um conjunto de conceitos e nomenclaturas que contemplam novos formatos e novos produtos estudados sob o prisma dos Estudos Narrativos: *animated film*, *artificial intelligence and narrative*, *audience*, *blog*, *comics and graphic novel*, *communication studies and narrative*, *computer games and narrative*, *digital narrative*, *journalism*, *media and narrative*, *music and narrative*, *soap opera* ou *slash fiction*. Do ponto de vista teórico, destacam-se ainda, neste volume, o artigo de Marie-Laure Ryan sobre narrativa e *media*; o de Kathleen Haspel sobre *Estudos de Comunicação e Narrativa*; o de Terry Harpold (2008) sobre narrativa digital e hipertexto; o texto sobre *intermedialidade* de Werner Wolf (2008) ou o verbete de Richard Grusin (2008) sobre *remediação*.

⁴⁰ Além dos referidos, um conjunto de outros conceitos, explanados nesta publicação, permite perceber o vasto campo teórico de análise dos Estudos Narrativos Mediáticos: “Computational Narratology” de Inderjeet Mani; “Mediacy and Narrative Mediation” de Jan Alber e Monika Fludernik; ou “Story Generator Algorithms” de Pablo Gervás.

enciclopédia sobre narrativa integrava, sobretudo, um conjunto de conceitos geralmente aplicáveis à narrativa literária.

Carlos Reis, coautor com Ana Cristina Macário Lopes do primeiro *Dicionário de Narratologia* (Reis & Lopes, 2011) em língua portuguesa, cuja 1.^a edição data de 1987, publicou em 2018 o trabalho de revisão da obra, com alterações profundas, a começar pelo título, que abandona o nome de Narratologia para dar lugar a Estudos Narrativos. Uma leitura deste *Dicionário* permite perceber que os mais de cem novos verbetes que o compõem resultam precisamente deste movimento de alargamento e pluralização: por um lado o alargamento do campo de estudos – traduzido nas onze narratologias aqui elencadas (cognitiva, feminista, musical, não natural, transmediática, etc.) – por outro, a diversidade de narrativas e de suportes expressivos – que obrigou o autor a integrar verbetes sobre narrativa televisiva, narrativa digital, seriado, documédia, ficção hipertextual, jogo, hiperficção, *soap opera*, etc. O vasto conjunto de novos verbetes contempla conceitos que cobrem essencialmente, além da i) diversidade de suportes expressivos das narrativas da contemporaneidade e ii) do alargamento do campo de estudos – como acima explicitado, iii) a renovação de algumas categorias e iv) a transmodalidade da narrativa. A consulta do índice de entradas, publicado no final da obra, é suficiente para se perceber que, hoje, os Estudos Narrativos são uma área autónoma, mas de matriz interdisciplinar, que se dedica ao estudo de uma multiplicidade de objetos independentemente das linguagens de que se alimentam ou dos *media* que os veiculam.

Teorias como o construtivismo, que explica as notícias dos *media* como produtos textuais e discursivos que resultam de uma construção profissional que os jornalistas fazem a partir da realidade (Tuchman, 1993 e 2001); ou as teorias do

enquadramento,⁴¹ que permitem explicar o modo como são produzidos e interpretados os acontecimentos mediáticos com base em esquemas interpretativos (Correia, 2011; Van Dijk, 2005;) são exemplos de como, dentro dos estudos de comunicação e de *media*, se recorre a instrumentos e conceitos que radicam na Narratologia, mesmo que tal não tenha sido sempre assumido. O conceito de enredo, de intriga, de personagem, de focalização são elementos importados da Narratologia Estruturalista e adaptados à análise das narrativas mediáticas. Aliás, é no final da década de 80 que Walter Fisher introduz o paradigma narrativo nos estudos de comunicação, na clássica obra *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason*, dando início a um conjunto de teorias e estudos que vêm demonstrando como a narrativa é central na construção da cultura, das identidades, da memória organizacional e dos movimentos sociais (Haspel, 2008).

Desde o final da década de 90 do século passado até hoje, foram publicados alguns trabalhos neste domínio⁴² que, partindo do sentido lato de narrativa, procuram compreender o papel central dos *media* na estruturação, construção e disseminação

⁴¹ O enquadramento ou *framing* é a moldura do acontecimento: é o que organiza o evento e determina o envolvimento do leitor (Tuchman, 1976/1993: 259). É constituído, segundo João Carlos Correia, por objetos, palavras, símbolos que promovem “uma interpretação de uma situação problemática, frequentemente acompanhada por um julgamento moral que transporta uma carga emocional”. Acrescenta o autor que são “elementos básicos que governam os acontecimentos sociais e o nosso envolvimento subjetivo neles (...). São esquemas de interpretação graças aos quais determinados acontecimentos aos quais prestamos atenção são tornados visíveis e organizados (Correia, 2011: 51).

⁴² Mesmo correndo o risco de proceder a uma seleção parcelar, mas assumindo que qualquer seleção não poderá deixar de o ser, avançamos com alguns exemplos: Marion, 1997 (sobre narrativa mediática); Mesquita, 2003 (sobre personagem jornalística); Ryan, 2004, 2006, 2008, 2014 (sobre a relação entre narrativa e diversos *media*); Ryan e Thon, 2014 (sobre narrativas e *media*); Motta, 2004 (sobre análise narratológica e jornalismo); Fulton *et al.*, 2005 (análises de rádio, TV, jornais, publicidade sob uma perspetiva narrativa); ou Lits, 2008 (sobre narrativa mediática).

das narrativas a partir das linguagens e das peculiaridades técnicas que os caracterizam.

No mundo francófono, coube essencialmente ao Observatoire de Recherche sur les Médias et le Journalisme (ORM), sediado na Université Catholique de Louvain-la-Neuve, carrear o conceito de narrativa para o campo de estudo dos *media* e da comunicação. Na senda da ética narrativa de Paul Ricoeur, diversos estudos têm sido produzidos por investigadores deste Observatório: as potencialidades narrativas dos diferentes *media*; a centralidade da ‘narrativa mediática’ na construção das identidades coletivas; a adaptação da tripla mimese de Ricoeur à produção, disseminação e consumo das narrativas que os *media* veiculam. A eles se deve a definição de narrativa mediática, de personagem mediática e a instituição da subárea Narratologia Mediática.

Marc Lits, um dos membros fundadores do ORM e um dos autores de diversos títulos de relevo, defendeu, em texto de 2015, a vitalidade da Narratologia Mediática, entendendo que esta pode dar um contributo significativo na análise dos *media* contemporâneos, nomeadamente, estudando um conjunto de alterações das práticas profissionais, das condições de produção e de receção, provocadas pelo advento da *web*. Na opinião deste investigador, o conceito de narrativa mediática cobre um conjunto de problemáticas do funcionamento dos *media* na atualidade, instigando à reinvenção da Narratologia, que deve revisitar os modelos teóricos da Narratologia estruturalista e da Semiologia, mas, simultaneamente, abrir-se a uma hipernarratologia que permita “compreender que a dimensão narrativa está cada vez menos do lado do emissor-produtor, mas, graças aos elementos de circularidade e de alteridade, (...) cada vez mais na instância de receção que constrói, ela, a sua própria narrativa numa polifonia enunciativa” (Lits, 2015: 29).

Também Helen Fulton e Rosemary Huisman, professoras das Universidades de Bristol e de Sidney, respetivamente, problematizam os *media* (jornais, rádio, televisão, cinema) numa perspetiva narratológica, procurando compreender de que forma constroem e disseminam narrativas e como podem ser teorizados os processos de produção e de significação dessas narrativas mediáticas. Para o efeito, recuperaram conceitos e métodos da Narratologia estruturalista e adaptaram-nos ao estudo das narrativas mediáticas que entendem como produtos culturais e económicos, produzidos em função das audiências e, muitas vezes, responsáveis pela criação dos novos mitos que modelam e alicerçam a nossa visão do mundo (Fulton, 2005).

Marie-Laure Ryan é, indiscutivelmente, uma das autoras que mais contributos tem dado para o estudo narrativo dos diferentes *media*, desde as obras seminais *Narrative across Media* (2004) ou *Avatars of Story* (2006). Esta autora, além de propor um conceito mais flexível e menos prescritivo de narrativa, dedica a sua atenção a diversos *media*, especialmente eletrónicos, mostrando como a narrativa, que transcende culturas e dispositivos de mediação, se diversifica sob várias metamorfoses. Apresenta um modelo de narratividade de base cognitiva e distingue dois grandes conjuntos de textos: aqueles que são compostos como uma narrativa e os que possuem propriedades que permitem ao leitor lê-los como narrativas. Esta distinção é essencial porque liberta o conceito de narratividade das amarras do *medium* e permite estudá-lo em vários contextos mediáticos. Na Introdução de *Storyworlds across Media*, que escreve em conjunto com J. N. Thon, defende que o ponto de partida para o estudo da convergência mediática deve ser a discussão acerca da apropriação do sentido narrativo pelos diferentes *media*, questão que passa necessariamente pela sobreposição de conceitos da Narratologia

e de categorias mediáticas. Esta relação é representada pelos autores como uma escala cujas extremidades apresentam um polo de “independência mediática” e um polo de “especificidade mediática”, entre os quais se situam diversos graus de transmedialidade:

Fortes candidatos ao polo de independência mediática são os componentes definidores da narratividade: personagem, ações, enquadramento, tempo, espaço e causalidade (...) Os elementos dependentes dos *media*, ou seja, específicos a cada *medium*, podem, contudo, estender-se a outros *media* através de transferências metafóricas (Ryan & Thon, 2014a: 4).⁴³

Um dos autores portugueses que, de modo mais sistematizado e rigoroso, problematiza o contributo dos Estudos Narrativos para a perceção e compreensão do funcionamento da personagem nas narrativas do jornalismo é precisamente Mário Mesquita que, no seu artigo “Personagem Jornalística: da Narratologia à Deontologia” (Mesquita, 2003), articula conceitos e abordagens da Narratologia com exemplos e testemunhos dos *media*, defendendo que a compreensão da construção e a legibilidade da personagem jornalística devem obrigatoriamente desenvolver-se a par dos princípios da deontologia profissional. Limitando-se aos *media* tradicionais – sobretudo imprensa e TV – e a um tempo em que estes tinham um poder e uma projeção que já não são os de hoje, suplantados que foram pelos *media* digitais e sociais, este estudo de Mário Mesquita mantém pertinência

⁴³ “Solid candidates for the medium-free pole are the defining components of narrativity: character, events, setting, time, space, and causality. (...) Medium specific concepts, finally, are explicitly developed for a certain medium, but they can occasionally be extended to other media through a metaphoric transfer” (Ryan e Thon, 2014a: 4). Tradução livre das autoras.

e atualidade, quer pelo rigor e profundidade conceptual, quer porque circunscreve questões essenciais à problematização deste tema (cf. Peixinho, 2020).⁴⁴

Os **Estudos Narrativos Mediáticos** estudam fundamentalmente “o potencial e a prática semionarrativa de meios de comunicação e de produção de sentido, na sua singularidade técnica, na diversidade das suas linguagens e dos seus suportes e nos efeitos que provocam” (Reis, 2018: 132), tendo objeto de análise, metodologias e aparato conceptual próprios. Tal não invalida que se reconheça a necessária dinâmica de conjugação de métodos e de conceitos provindos quer do campo dos estudos mediáticos, quer do campo dos estudos narrativos. O estudo da narrativa mediática – de natureza ficcional e/ou não ficcional, veiculada por variados *media* e construída em linguagens e géneros muito diversos – é uma tarefa complexa, que exige a construção de quadros teóricos sólidos, a mobilização de um conjunto variado de instrumentos e a articulação de múltiplas áreas do saber, quer porque a narrativa é um

⁴⁴ No domínio dos estudos sobre teleficção, destacam-se os trabalhos de Isabel Ferin Cunha, da Universidade de Coimbra, (de 2003, 2006, 2011 e 2017), os de Catarina Burnay, da Universidade Católica Portuguesa, (2005; 2014) e os de Fernanda Castilho, doutorada pela Universidade de Coimbra (2014). Embora os primeiros sejam essencialmente centrados na problemática da receção, foram absolutamente fundacionais no nosso país e tiveram o apanágio de abrir uma linha de investigação que começa no presente a afirmar-se e a fazer escola. Este último trabalho de Fernanda Castilho, uma tese de doutoramento defendida na Universidade de Coimbra, e, entretanto, publicada em 2018 pela Appris, tem o benefício de alargar o campo de estudos, incorporando muito do que se teoriza sobre narrativa ficcional e focando a atenção em novas formas de transmedialidade. Também é de realçar a organização de cinco eventos científicos sobre este campo de estudos em Portugal: o primeiro – *Narrativa, Media e Cognição* – teve lugar em 2014, na Universidade do Minho, e foi organizado pelo Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (CECS) e coordenado por Nelson Zagalo, dele resultando o livro digital *Abordagens Narrativas nos Media*, publicado em 2015; o segundo colóquio foi organizado pelo grupo de investigação CITAR da Universidade Católica Portuguesa sobre *Narrativa, Media e Cognição*, e teve lugar em julho de 2015, tendo-se reeditado nos dois anos seguintes na Universidade do Porto e na Universidade da Beira Interior; o último, de 2018, teve lugar na Universidade do Algarve.

fenómeno transversal, quer porque os objetos mediáticos são, hoje, muito heterogêneos e marcados pela rápida disseminação, pela fluidez e pela complexidade semiótica.

O desenvolvimento deste campo de estudos pretende explicar o funcionamento da narrativa em estreita articulação com os *media* que a veiculam. Perceber como se produzem, se constroem e se dão a ler as narrativas construídas e disseminadas pelos *media* é uma atividade fundamental para compreender aspetos vitais da visão do mundo, das opções políticas, da identidade, da construção da memória e do comportamento coletivo. Para tal, é importante uma rigorosa definição do conceito de **narrativa mediática**, que implica uma reflexão sobre o condicionamento desta pelo discurso e suas potencialidades pragmáticas, bem como pelas linguagens, géneros e contexto mediático que a conformam. Tratar-se-á, no fundo, de questionar até que ponto a narrativa depende do *medium* que a veicula, reflexão que convoca conceitos como os de *medium*, mediação narrativa, transmedialidade, remediação e intermedialidade.⁴⁵

As **narrativas mediáticas** – objeto de estudo dos atuais Estudos Narrativos Mediáticos – são, assim, muito heterogêneas e complexas. São construídas em linguagens muito diversas (linguagem verbal, imagem, som, multimédia); são veiculadas por *media* cujas componentes técnicas e transmissivas potenciam a sua configuração e alteram as dinâmicas comunicativas; são geradas a partir de géneros muito diferenciados, que limitam e modelam a sua constituição temática, discursiva e estilística; enfim, devem

⁴⁵ Sugere-se a respeito destes conceitos a consulta de Herman et al., 2008; Reis, 2018; Ryan, 2014.

ser equacionadas a partir do princípio da **medialidade**,⁴⁶ que tem consequências do ponto de vista cognitivo. Acresce ainda o facto de, a jusante da sua produção, as narrativas mediáticas estarem enquadradas em contextos políticos, sociais, económicos, culturais e ideológicos que não podem ser ignorados, tal como ficou explicitado no primeiro capítulo deste livro.

Do ponto de vista metodológico, os Estudos Narrativos Mediáticos oferecem um conjunto de instrumentos analíticos que podem revelar-se muito promissores para a Análise dos *Media*. Embora haja ainda caminho a percorrer neste domínio, a análise narrativa dos *media* deve ser uma metodologia a considerar, sobretudo para procurar resposta para algumas problemáticas dos *media* atuais: haverá uma linguagem própria dos novos *media*? Que práticas sociais são induzidas pelas narrativas em ambiente digital? Qual o impacto da interatividade e do dito “empoderamento” dos leitores / usuários na construção das narrativas do espaço público? Qual a relação entre estas ‘novas’ narrativas e a representação? Quais os limites éticos do *storytelling*? Como se comporta uma narrativa quando disseminada por múltiplas plataformas e traduzida em diversas linguagens?

Ao mobilizarem um conjunto de reflexões teóricas sobre a narrativa, como modo de representação e de comunicação, e ao disponibilizarem um conjunto de utensílios metodológicos de análise, os Estudos Narrativos Mediáticos poderão dar um significativo contributo para o desenvolvimento de metodologias

⁴⁶ Veja-se o que explicita Carlos Reis: “A integração, no âmbito dos estudos narrativos, de relatos gerados em contextos mediáticos e semiodiscursivos não literários implicou o reajustamento conceptual da mediação narrativa (...) determinado pela emergência de dois fatores interdependentes: em primeiro lugar, por invenções que conduziram ao aparecimento e à difusão de outros *media* (televisão, cinema, internet, etc.) (...); em segundo lugar, pela questionação da figura e até da existência do narrador, enquanto entidade responsável pela mediação narrativa” (Reis, 2018: 250).

de Análise dos *media*, de natureza qualitativa, e, consequentemente, desempenhar um papel central na construção da literacia mediática, concorrendo para ensinar a aceder, selecionar, compreender e construir as narrativas que circulam no espaço mediático (Peixinho, 2019; 2020).

A análise narrativa é um **método de natureza qualitativa**, que pode complementar as análises de conteúdo, permitindo inclusive ajudar a ler os dados colhidos em trabalhos empíricos quantitativos ou estudar narrativas provenientes de vários contextos, construídas com diversas linguagens e em diferentes suportes mediáticos. Possibilita o acesso a abordagens holísticas, que permitem interpretar e problematizar o modo como os *media* constroem e disseminam histórias, em função de contextos, mobilizando conhecimentos do mundo, alterando relações de poder, construindo identidades individuais e grupais. Ao contrário de outro tipo de análises qualitativas, não há um modelo único de análise narrativa, nem esta pode ser subsumida a um esquema fixo ou a uma grelha de categorias estável. Os métodos de análise narrativa variam em função da tipologia dos objetos de estudo e das premissas teóricas das áreas disciplinares em que operam (Smith, 2000; Elliot, 2005).

Não existe um modelo analítico único que possa representar a análise narrativa (...) mas antes uma multiplicidade de diferentes caminhos nos quais o investigador pode conferir um conjunto de propriedades narrativas aos seus dados (Elliot, 2005: 37).⁴⁷

⁴⁷ “There is no single analytic approach that can provide the definition for narrative analysis (...) but rather a multitude of different ways in which researcher can engage with the narrative properties of their data” (Elliot, 2005: 37). Tradução livre das autoras.

Apesar das dificuldades das análises narrativas, decorrentes quer da ausência de modelos únicos e definidos, quer da diversidade semiótica, mediática e contextual dos objetos em análise, bem como das questões de partida da investigação, a perspectiva da Narratologia contribui para compreender como se estruturam as histórias que circulam no espaço público, quem as produz e com que finalidades, quais os mecanismos utilizados na sua interpretação e receção, que narrativas são aceites e porquê, quais as rejeitadas ou silenciadas.

Jane Elliot discrimina alguns modelos de análise: uns focados no conteúdo narrativo (que realidades são representadas pelas narrativas, que temas são evocados, que mitos ou ideologias são construídos); outros na forma (que estratégias retórico-discursivas são seleccionadas para construir o discurso de suporte à narrativa); outros ainda na dimensão pragmática da narrativa (qual o contexto interacional em que são produzidas e consumidas as narrativas).

Se olharmos para a narrativa de um ponto de vista comunicacional, entendendo-a como mensagem dinâmica num processo de comunicação, percebemos que estes modelos analíticos decorrem de uma visão funcional da linguagem, segundo a qual toda a mensagem tem uma dimensão semântica, sintática e pragmática.

Seguindo a sugestão metodológica de Jane Elliot (2005: 39-41), além destes modelos, a análise narrativa pode ter um carácter mais holístico (partindo de narrativas concretas e individuais para inferir dados gerais) ou mais setorial (focando certas categorias da narrativa, como, por exemplo, a personagem ou o espaço, o tempo ou a sintaxe narrativa, a focalização ou a perspectiva).

Catherine Riessman, por seu turno, sugere

quatro modelos de análise narrativa: análises temáticas – que procuram compreender o que é dito, ou seja, o conteúdo dos textos; análises estruturais – nas quais a tónica é colocada na forma e radicam no método de descrição usado pelos estruturalistas da década de 60; análises interacionais – que colocam a ênfase no processo dialógico entre produtor e audiência, entendendo a narrativa, numa ótica cognitiva, como produto dessa interação; e as análises performativas – que, na linha de Goffman, perspetivam a atividade de contar histórias como uma performance com dimensão persuasiva.

Sublinhe-se ainda que estudar as mensagens construídas e disseminadas pelos *media* numa perspetiva narratológica implica, por um lado, a recusa do preconceito de que a análise narrativa é um método restrito às Humanidades e especialmente vocacionado para o estudo da textualidade verbal e literária; por outro, exige que o investigador assuma os riscos de um viés analítico e, como qualquer narrador, componha a narrativa da sua análise e interpretação, a partir de objetos concretos, sejam estes apenas dados ou já narrativas construídas.

Independentemente das propriedades dos objetos que integrem o *corpus* de análise, é também importante um conjunto de operações preliminares: **i)** uma prévia e clara definição dos objetivos da pesquisa, pois deles dependerá o modelo de análise e as categorias que melhor poderão responder à questão de partida; **ii)** a delimitação do tipo de material a analisar e necessária reconceptualização de alguns conceitos-chave – por exemplo, narratividade, narrativa, enredo, narrador, narratário, etc. – que deverão ser problematizados, revistos e atualizados em função do contexto mediático e dos objetos de estudo, nomeadamente

os respetivos dispositivos de mediação e as linguagens em que se consubstanciam; **iii)** a compreensão do contexto em que as narrativas são geradas; **iv)** a definição clara de categorias de análise.

3.1.1. O paradigma estruturalista de análise

Foi, de facto, o Estruturalismo francês, influenciado pela Semiologia e Linguística de Saussure, pela Morfologia formalista de Propp, pela Antropologia de Lévi-Strauss e pela Gramática Gerativa de Noam Chomsky, que afirmou a Narratologia⁴⁸ como variante da teoria da narrativa metodologicamente coerente. O número 8 da revista *Communications*, publicado em 1966, é um marco de afirmação de autores como Roland Barthes (análise estrutural da ação narrativa), Claude Bremond (lógica da ação narrativa), Christian Metz (sintagmática narrativa do filme) ou Tzvetan Todorov (categorias da narrativa).

Apesar de terem produzido numa época em que as grandes narrativas fundacionais e canónicas (ainda) pertenciam ao campo literário, os narratologistas estruturalistas dedicaram já alguma atenção a formas narrativas não literárias que, progressivamente, sobretudo depois da massificação da televisão como novo *medium*, entravam no quotidiano de consumo das sociedades ocidentais. Os contributos publicados no supracitado número da revista *Communications* em 1966, por Roland Barthes, Umberto Eco ou Jules Gritti são disso mesmo testemunho.⁴⁹ As palavras de Barthes, que abrem

⁴⁸ O termo Narratologia foi cunhado por Todorov, em 1969, embora só tenha entrado no jargão científico no fim da década de 70, depois da publicação de *Narratology. Introduction to the theory of narrative* de Mieke Bal.

⁴⁹ Veja-se o artigo de Umberto Eco, intitulado “James Bond: une combinatoire narrative”, dedicado à leitura semiótica de *Casino Royal* da saga Bond (Eco, 1966); ou ainda o ensaio de Jules Gritti que analisa a cobertura jornalística da morte do Papa João XXIII em onze quotidianos franceses (Gritti, 1966).

o seu afamado ensaio “Introduction à l’analyse structurale des récits”, deixam pressentir precisamente essa abertura:

(...) a narrativa pode ser suportada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem fixa ou móvel, pelo gesto, e pela coordenação de todas estas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopeia, na história, na tragédia, no drama, na comédia, na pantomima, na pintura (...) no vitral, no cinema, nos cartoon, no *fait divers*, na conversação (Barthes, 1966: 1).⁵⁰

E sabemos que Roland Barthes é pioneiro no estudo e análise crítica dos produtos e formas da sociedade de massas – desde a publicidade, ao cinema, passando pela imprensa, pela televisão ou pelas marcas –, tendo construído suporte teórico e analítico para olhar criticamente as narrativas míticas que circulam no espaço público (Barthes, 2007), tal como demonstraremos no ponto 3.2. deste capítulo. Disso mesmo nos dão conta autores contemporâneos, prestando tributo ao trabalho desses narratologistas e sublinhando como os seus trabalhos apontavam já diversos caminhos e opções que só décadas mais tarde as Narratologias Pós-Clássicas viriam a desenvolver: o alargamento do estudo da narrativa em *media*, linguagens, géneros e contextos muito diversos (Herman, 2008; Ryan, 2004).

⁵⁰ “(...) le récit peut être supporté par le langage articulé, oral ou écrit, par l’image fixe ou mobile, par le geste, et par le mélange ordonné de toutes ces substances; il est présent dans le mythe, la légende, la fable, le conte, la nouvelle, l’épopée, l’histoire, la tragédie, le drame, la comédie, la pantomime, le tableau peint, (...) le vitrail, le cinéma, les comics, le fait divers, la conversation” (Barthes, 1966: 1). Tradução livre das autoras.

O mesmo é dizer que, embora o paradigma estruturalista tenha sido superado e, com ele, diversos princípios e métodos da Narratologia tenham sido questionados, o estado atual dos Estudos Narrativos muito deve aos autores deste período, cujo contributo foi decisivo para a autonomia epistemológica da Narratologia, em termos de definição conceptual e de sistematização de instrumentos metodológicos que, hoje, passado mais de meio século, ainda têm vitalidade.⁵¹

Interessa-nos, neste momento, explicar a moldura metodológica da Narratologia Estruturalista e tentar demonstrar as suas potencialidades para a análise de narrativas dos *media*. O método de análise narrativa dos estruturalistas é fundamentalmente **descritivo** e não interpretativo; é focado na **materialidade semiótica do texto**, uma vez que concebem a narrativa como **estrutura modelar** organizada. Inspirados pelo modelo de análise de Vladimir Propp⁵² nos anos 20 (análise de contos populares russos com vista à determinação de um conjunto de funções específicas das personagens dentro do enredo) e pela Linguística de Saussure (nomeadamente a sua dimensão sistémica refletida no binómio língua / fala), os narratologistas dos anos 60 e 70 procuravam definir uma **estrutura universal**, a partir da análise formal e funcional de narrativas concretas, que fosse a matriz do narrativo e permitisse explicar a lógica do funcionamento da narrativa (Reis, 2018: 29-32). Entendiam, portanto, cada texto narrativo

⁵¹ Leia-se o que escreveu David Herman, um dos principais nomes da atual narratologia cognitiva: “current-day theories of narrative remain influenced by the many notable achievements of structuralist narratology, which generated a host of terms and concepts that have become foundational within contemporary narrative studies” (Herman, 2008: 572).

⁵² Referimo-nos à famosa obra *Morfologia do conto* de 1928, em que o autor “propôs um modelo de descrição do conto popular maravilhoso centrado na inventariação dos elementos constantes deste tipo de narrativa” (Reis, 2018: 30). Veja-se também o conceito de função criado pelo autor em Nelles, 2008: 191.

como fala de um sistema semiótico regido por determinados constituintes e combinatórias (Herman, 2008: 571).

Entre os estruturalistas franceses, um se destaca pelo poder de sistematização e pelo rigor metodológico: Gérard Genette,⁵³ responsável pela criação da *lingua franca* da Narratologia (Meister, 2014), que contribuiu decisivamente para o estudo sistemático das estruturas e das técnicas narrativas e para a **estabilização conceitual e metodológica** da área. O seu esforço de sistematização de temas, conceitos e questões narratológicas, em parte, perdura até hoje, muito para além dos limites temporais da Narratologia Estruturalista. Embora elegendo como material empírico de análise narrativas literárias, Genette construiu uma taxonomia que cobre três domínios essenciais em qualquer narrativa: a estrutura temporal e o modo como esta determina a representação narrativa; o modo da narração e suas implicações no processo de comunicação narrativa; e os constrangimentos epistemológicos do processo narrativo.

Os conceitos e categorias hoje mobilizados por análises que procuram entender o **conteúdo das narrativas** foram sistematizados e definidos pela Narratologia Estruturalista e mantém a sua atualidade: i) a identificação das quatro **categorias da narrativa** – ação, personagem, tempo, espaço; ii) a sistematização dos três **planos de estruturação narrativa** – história, discurso e narração; iii) a compreensão do **papel do narrador** na modelização do universo diegético; iv) a dinâmica da **estrutura narrativa** e o papel que nela desempenham as **funções cardinais e catálises** distinguidas por Barthes.

⁵³ O ensaio “Discours du Récit”, integrado em *Figures III* de 1972, é muito mais do que um trabalho de metodologia aplicada à análise da obra de Proust *À la Recherche du Temps Perdu*; em 1983, o autor reedita o texto dando-lhe o título de *Nouveau Discours du Récit*.

Se, entretanto, no quadro da renovação disciplinar dos Estudos Narrativos, alguns dos conceitos sofreram reformulações e adaptações,⁵⁴ não deixam, contudo, de ser ainda úteis e relevantes muito do que as análises estruturalistas propuseram, nomeadamente para a análise das mensagens dos *media*, sejam narrativas factuais (como as do Jornalismo), sejam ficcionais (como as da ficção televisiva ou radiofónica), sejam paraficcionais (como as da publicidade).

Sugere-se a leitura dos seguintes textos que são bons exemplos de como a análise da textualidade jornalística tem beneficiado de muitos dos instrumentos da Narratologia Estruturalista: i) a obra de José Rebelo, *O Discurso do Jornal*, nomeadamente as propostas do autor sobre efeitos de real, géneros jornalísticos e estratégias enunciativas (Rebelo, 2000); ii) a obra de Helen Fulton, *Narrative and Media*, nomeadamente o capítulo “Print News as Narrative”, em que a autora problematiza a perspetiva narrativa da notícia (Fulton *et al.*, 2005); iii) o ensaio seminal de Mário Mesquita sobre personagem jornalística, no qual os conceitos narratológicos são fundamentais para a compreensão da representação mediática dos atores sociais (Mesquita, 2003); iv) finalmente duas dissertações de mestrado: uma de Tiago Estêvão Martins, defendida em 2015, e que recupera a tipologia actancial de Greimas para estudar o modo como o jornalismo trabalha os atores políticos (Martins, 2015); outra de Inês da Fonseca Marques, defendida em 2016, que estuda a personagem jornalística no jornalismo digital (Marques, 2016).

⁵⁴ Veja-se, por exemplo, o que é dito por Carlos Reis sobre narrador (Reis, 2018: 287-293).

3.1.2. Os novos paradigmas narratológicos

A **Narratologia Cognitiva** é uma subárea das Narratologias Pós-Clássicas, desenvolvida sobretudo a partir do final do século XX e enquadrada nas teorias cognitivas que estudam a relação entre percepção, linguagem, conhecimento e memória (Jahn, 2008). Herdeiros das teorias da receção (Wolfgang Iser, Stanley Fish, Paul Grice) e estimulados pelo desenvolvimento das ciências cognitivas, nomeadamente pelas descobertas no domínio da Inteligência Artificial (IA), Monika Fludernik, Manfred Jahn e David Herman têm desenvolvido estudos neste domínio. Para estes autores, importa compreender os processos cognitivos, intelectuais e emocionais pelos quais evocamos e lemos narrativas. Num artigo de 1997, David Herman recorre a conceitos da IA, como os de **esquema**, **'script'** (roteiro) e **'frame'** (moldura) para compreender de que modo a narrativa é, sobretudo, determinada por processos mentais dos leitores, baseados em modelos sociocognitivos e na experiência do mundo, desafiando, desse modo, conceitos e *topoi* da abordagem narratológica estruturalista.

A narrativa deixa, assim, de estar confinada a propriedades intrinsecamente textuais ou discursivas, para depender de capacidades e disposições recetoras que propiciam **experiências narrativas**. Trata-se, portanto, de analisar os modos pelos quais as histórias, que circulam nos *media* e que se constituem numa multiplicidade de linguagens, são interpretadas e compreendidas: como é que interpretado o que aconteceu (o quê?), por que ordem (quando?), em que circunstâncias (como? Onde? Porquê) e envolvendo que agentes (quem?), com base em pistas específicas, que dependem das substâncias semióticas das mensagens e das características de cada *medium*. Percebe-se, assim, que o enfoque é colocado do lado da receção, do intérprete, embora as

dimensões semiótica e contextual sejam consideradas, pois não existe um corte entre as representações mentais e o enquadramento social e material que dá forma à mente (Herman, 2013).

Analisar a narrativa mediática numa perspetiva cognitiva exige que se entenda tanto a história quanto o discurso como representações e construções: o discurso uma construção semiótica, que pode ter substâncias muito diversas, a história uma construção mental que não está exclusivamente dependente da existência de texto narrativo e se encontra muitas vezes na memória e na experiência individual ou coletiva dos intérpretes.

Essa problemática conhece novos desenvolvimentos e torna-se o centro dos estudos mediáticos precisamente na viragem do milénio, quando do advento das tecnologias digitais que trouxeram um aceleramento inédito ao panorama comunicacional. A migração das narrativas para diferentes *media*, a contaminação, os fenómenos de hibridização, as novas lógicas hipertextuais (multimédia, interativas, abertas) fizeram emergir novas narrativas facilmente dispersas pelo espaço público e obrigaram os investigadores a focar a sua atenção na compreensão da complexa relação entre *media* e narrativa. O paradigma da linguagem verbal, como principal dispositivo de mediação narrativo, foi-se alterando em face do domínio da imagem e do multimédia, o que implicou a revisão de alguns conceitos e o apuramento de novas metodologias.

A **Narratologia Transmediática**, particularmente relevante para o estudo dos *media*, tem como precursora Marie-Laure Ryan,⁵⁵ cuja produção dos últimos vinte anos traduz bem o seu esforço para definir e legitimar epistemologicamente a área, equacionando-a como resposta a um contexto dominado pelas tecnologias digitais, em que novos *media* passaram a ocupar um lugar cultural dominante. Entende Ryan que não faz sentido persistir numa visão restritiva de narrativa como produto exclusivo de um ato de linguagem verbal, mesmo sendo esta linguagem o dispositivo de mediação natural e o mais propenso à narração. No presente, falar de narratividade como propriedade intrínseca a conteúdos dos *media* implica, como explica Abbott (2014), o desenvolvimento de uma “narratologia transgenológica e transmédia, que inclui a narrativa em géneros e meios onde as palavras não são mais centrais para a narração e onde os leitores se tornam espectadores e até participantes ativos”.

O aparecimento de novas tecnologias digitais e o impacto de fenómenos como as redes sociais vieram alterar, como se disse em capítulo próprio, o ecossistema mediático, com consequências claras na produção e consumo de narrativas: novas narrativas dificilmente enquadráveis nas tipologias tradicionais (desde as narrativas *de bloggers*, às redes sociais – *Twitter*, *Facebook*, por exemplo – passando pelos *web* vídeo, *podcasts*, *wikis* e também pelos jogos de computador); novas formas de comunicação, num contexto de pós-verdade em que os *media* são muitas vezes acusados de manipulação e de disseminar *fake news*; novas linguagens

⁵⁵ Quer em *Avatars of Story* de 2006, quer no verbete que escreve, em 2014, para o *The Living Handbook of Narratology*, “Narration in Various Media”, ao traçar uma arqueologia da disciplina, explica que, na sua origem, a Narratologia já revelara a sua natureza transmediática e transdisciplinar e reconhece que, se atualmente os Estudos Narrativos são entendidos como um campo transdisciplinar e transmediático, este movimento de alargamento muito deve aos clássicos franceses da Narratologia.

e formatos de distribuição (as grandes plataformas como Netflix ou HBO vieram alterar a nossa relação com a ficção televisiva).

Assim, uma análise transmediática da narrativa tem potencialidades interessantes para a Análise dos *media*, permitindo cobrir fenómenos que vão desde as *fake news* às ficções em contexto digital, dos fenómenos metaléticos às adaptações inter-artes. Trata-se de analisar a presença de categorias narrativas específicas em contextos mediáticos diversos e em mundos narrativos híbridos. Remete-se para a leitura do capítulo “A narrativa da desconfiança na política: a figuração do político” de Ana Teresa Peixinho e Bruno Araújo. A análise aqui desenvolvida é elucidativa do impacto das indústrias culturais – no caso uma ficção audiovisual produzida pela Globo Filmes – na naturalização de certas visões do mundo, com consequências concretas no funcionamento das democracias hodiernas. Centrada no domínio da comunicação política num contexto específico – o das eleições presidenciais brasileiras – e carreando um conjunto de conceitos provenientes dos Estudos Narrativos – sobretudo os de personagem e figuração – este capítulo e a análise que o integra permitem compreender a “gramática cultural” a que os *media* recorrem, incorporando valores e reforçando estereótipos a partir dos quais os cidadãos constroem opiniões sobre a política e os políticos (Peixinho e Araújo, 2017: 233-267).

As duas Narratologias Pós-Clássicas – a Cognitiva e a Transmediática – têm profícua utilidade metodológica e conceptual no quadro dos estudos dos *media*, nomeadamente nas análises de enquadramento e nas análises retóricas. Vejamos dois exemplos, de dois tempos e contextos distintos: um de 2005, num período em que o jornalismo ainda não se confrontara com as profundas alterações do digital, e que ficou conhecido como o ‘caso do Arrastão’; outro de 2020, no qual as redes sociais já têm um grande impacto na construção das narrativas, e que se foca na narrativa da crise pandémica da COVID 19.

EXEMPLOS

No dia 10 de junho de 2005, a partir de um facto ocorrido na praia de Carcavelos, nos arredores de Lisboa, os *media*, especialmente as televisões, construíram um “acontecimento ou pseudo-acontecimento”, que designaram por “arrastão” (lexicalização brasileira), utilizando duas fotografias a que deram diversos enquadramentos. Os jornais, mas sobretudo as televisões, dado não existirem imagens em movimento sobre o facto, manipularam as fotografias de testemunhas oculares com o objetivo de multiplicar os textos visuais ilustrativos do acontecimento.

Este exemplo, que se tornou um caso de estudo paradigmático (Correia, 2009; Santos, 2010), levanta questões a diversos níveis: desde logo, questões deontológicas e éticas; a problemática dos procedimentos de codificação e decodificação presentes nos *media*; e o papel fundamental da narrativa no modo como lemos e interpretamos as notícias. No caso, quer a utilização cirúrgica das fotografias, quer a utilização da palavra “arrastão” permitiram criar uma moldura que conduziu os espectadores a ter uma perceção enviesada do que, de facto, sucedeu na tarde desse dia.

Os textos mediáticos refletem a conexão entre o codificador e o decodificador, mas nunca numa posição de simetria, na medida em que o primeiro concentra o “poder” de selecionar e embutir nas mensagens as leituras dominantes ou preferenciais. Explicitando melhor, a forma de construir a mensagem, a codificação utilizada, inclui procedimentos discursivos, retóricos e narrativos que orientam para uma determinada leitura do acontecimento, uma leitura “preferencial” fundada em valores



Fig. 1 | Fotografia do acontecimento na praia de Carcavelos (Distrito de Lisboa)

FONTE: ANDRINGA, A. (2005) WWW.ERAUMAVEZUMARRASTÃO



Fig. 2 | Fotografia do acontecimento na praia de Carcavelos (Distrito de Lisboa)

FONTE: ANDRINGA, A. (2005) WWW.ERAUMAVEZUMARRASTÃO

culturais e tradicionais da lei e da ordem, que consolidam pré-conceitos e eliminam potenciais ruturas com a estrutura social estabelecida.

Um outro exemplo mais recente pode ser aduzido, por forma a que se compreenda a importância dos *media* na utilização de *scripts* e *frames* que conduzem os intérpretes a lerem o mundo das histórias de determinada perspetiva, com consequências muito impactantes na vida social e económica, bem como no respaldo das medidas tomadas pelos poderes políticos.

Em março de 2020, o vírus respiratório, que assolava uma região da China desde o final de 2019, chega ao mundo ocidental, acompanhado de uma avalanche de informação, disseminada por todos os canais e a grande velocidade pelas redes sociais. Como já se disse em capítulo anterior, a pandemia Covid 19 pôs em destaque a capacidade de os *media mainstream*, nomeadamente a televisão numa fase inicial, atenuarem o pânico moral e o alarmismo e retomarem valores aparentemente esquecidos do jornalismo. Cedo, porém, esses mesmos meios de comunicação, integrando um certo discurso público de comentadores, responsáveis pelos serviços públicos e políticos, começaram a construir a ‘narrativa de guerra’ que viria a enquadrar as graves medidas governamentais, preparando a população para um cenário apocalíptico: tratava-se de uma guerra contra “um inimigo invisível e muito inteligente”; o maior desafio desde, pelo menos, a II Guerra Mundial; um “combate desigual”. Estas expressões foram proferidas e escritas por altas figuras do Estado, por dirigentes de instituições públicas e por muitos comentadores, quer em discursos na rádio e na TV, em diretos ou espaços de comentário, bem como escritas nos jornais. Abaixo reproduzem-se alguns dos títulos que, a partir de 13 de março, data da declaração de pandemia pela OMS, começam a surgir nos *media*:



FIG. 3 | PONTO DE SITUAÇÃO COVID-19.

FONTE [HTTPS://EXPRESSO.PT/CORONAVIRUS/2020-03-16-COVID-19.-PONTO-DE-SITUACAO-NO-DIA-EM-QUE-PORTUGAL-REGISTOU-A-1-MORTE-ISTO-E-COMO-SE-FOSSE-UMA-GUERRA-E-NUMA-GUERRA-E-PRECISO-DISCIPLINA](https://expresso.pt/coronavirus/2020-03-16-covid-19.-ponto-de-situacao-no-dia-em-que-portugal-registou-a-1-morte-isto-e-como-se-fose-uma-guerra-e-numa-guerra-e-preciso-disciplina)



Fig. 4 | <https://www.noticiasaominuto.com/economia/1434371/covid-19-impacto-na-economia-e-como-uma-terceira-guerra-mundial>

Covid-19. Economia atingida como em tempos de guerra, diz Centeno

"O confinamento forçado está a trazer as nossas economias a tempos semelhantes aos de uma guerra", declarou Mário Centeno, apontando que Eurogrupo será dedicado às consequências económicas do vírus.



Fig. 5 | <https://observador.pt/2020/03/16/covid-19-economia-atingida-como-em-tempos-de-guerra-diz-centeno/>

MUNDO

atualizado 17 Março 2020, 20:15

Covid-19. Boris Johnson promete combater o vírus como "em tempo de guerra"

por Graça Andrade Ramos - RTP



Fig. 6 | https://www.rtp.pt/noticias/mundo/covid-19-boris-johnson-promete-combater-o-virus-como-em-tempo-de-guerra_n1212949

São bem conhecidas as potencialidades cognitivas das metáforas (Lakoff & Johnson, 2004) e não é novidade o seu importante papel quer no discurso quotidiano, quer no discurso jornalístico (Rebelo, 2000). Porém, não é apenas de retórica que falamos. A cobertura mediática da pandemia de 2020 (e não consideraremos aqui a explosão de notícias falsas ou a disseminação de teorias da conspiração nas redes sociais, em relação às quais alguns meios de comunicação assumiram um importante papel de escrutínio) cedo começou a construir uma moldura do acontecimento que teve impacto na sua perceção e consequências bem visíveis na vida do país: corridas aos supermercados, especulação nos preços de bens tornados essenciais (álcool, máscaras, desinfetantes), paralisação das economias, encerramento de todos os serviços públicos, suspensão da vida, disseminação do medo. Comparações com a pandemia de 1918 – Gripe Espanhola – ou com a II Guerra Mundial foram contribuindo para a perceção do acontecimento. Se tais enquadramentos podem ter funcionado como índices de legibilidade e compreensão acerca de uma história em construção altamente complexa, também é inquestionável que contribuíram para uma determinada interpretação.

Entendendo, com James Phelan (2008), que o conflito está na natureza da narrativa, este exemplo evidencia como, no espaço público, há sempre narrativas em confronto e de que a perceção que temos dos acontecimentos decorre, a maioria das vezes, da capacidade de instauração de uma narrativa dominante. Atualmente, esses discursos já não se restringem à mediação dos *media mainstream*, pois a *web*, sobretudo desde o aparecimento de redes sociais como *Facebook*, *Twitter* ou *Whatsapp*, serve de vasta plataforma para a construção de histórias que, mesmo não sendo produzidas por jornalistas, têm forte impacto na construção dos acontecimentos e na sua mediatização. No caso de que aqui se fala, essa disputa foi acentuada pelo poder de disseminação da *web*, na qual rapidamente emergiram e

se disseminaram narrativas negacionistas (algumas assumidas por altos dirigentes mundiais, como o Presidente do Brasil e o Presidente dos EUA), narrativas da conspiração, narrativas rentoras, narrativas ambientalistas acerca da pandemia. Perante um acontecimento disruptivo, provocado por um problema de saúde pública de grande gravidade, que nem entre a comunidade científica gerou consensos, a proliferação de enquadramentos e de *mise en récit* contribuíram para aumentar a insegurança e o medo generalizados. Na revista do *Expresso* de 24 de abril de 2020, Clara Ferreira Alves dedica uma crónica de opinião⁵⁶ precisamente à multiplicação de narrativas e às consequências desse ruído na percepção desse problema por parte da população.

O estudo da narrativa mediática é, assim, uma tarefa complexa que exige a mobilização de um conjunto variado de ferramentas e a articulação de múltiplas áreas do saber, quer porque a narrativa é um fenómeno transversal, quer porque os objetos mediáticos são muito heterogêneos. Na verdade, trata-se de campo de estudos que, por um lado, incorpora contributos que vão desde a Linguística aos estudos de discurso, da Sociologia às Ciências Cognitivas ou aos Estudos Literários, e, por outro, tem como objeto uma grande variedade de géneros materializados em substâncias semióticas e suportes diferenciados: das reportagens televisivas às notícias de imprensa; dos filmes às séries; da publicidade à crónica de rádio. A atual modalidade de comunicação digital e as constantes mudanças dos dispositivos de mediação carregam muitos desafios não apenas para os agentes culturais e para os mediadores, com especial relevo para os jornalistas, mas também e sobretudo para a academia,

⁵⁶ “De tudo como na farmácia”. In: *Revista E*, 24/04/20, p. E3.

desafiada a reinventar modelos de leitura e de análise perante a profunda reconfiguração do sistema e dos objetos mediáticos. Parece-nos, então, que um desses desafios é precisamente dar um contributo efetivo para a construção de competências no campo da literacia mediática, no qual os Estudos Narrativos Mediáticos poderão ter um papel relevante, quer como aparato metodológico, quer como reflexão epistemológica e conceptual.

3.2. Análises Semióticas / Semiológicas

Entre a década de 70 e o início da década de 80 do século XX, a corrente semiótica / semiológica alcançou relevância teórica e académica notória, que, em parte, se consolidou, em função das alianças estabelecidas com o movimento estruturalista, tal como sucedeu com a Narratologia, entendida inclusive como uma semiótica da narrativa. O cinema e a publicidade foram os objetos de análise por excelência deste movimento de reflexão e análise que surge como uma constelação de estudos sobre arte, literatura, antropologia e cultura de massa, em que o uso de conceitos e instrumentos linguísticos é apenas esporádico (Woolacott, 1995: 94-95).

Embora os dois termos cubram um território de estudo similar, a semiótica e a semiologia conhecem origens diversas,⁵⁷ que em parte ditaram diferentes abordagens: a Semiótica de Charles Sender Peirce (1839-1914), entendida como a lógica de funcionamento dos signos, e a Semiologia de Ferdinand de Saussure (1857-1913) definida como “o estudo da vida dos sinais

⁵⁷ Em 1969, a Carta Constitucional da Associação Internacional de Estudos Semióticos define que a Semiótica e a Semiologia são termos sinónimos. O uso atual segue esta posição, que é a posição assumida por Umberto Eco: dois termos que denotam uma teoria Geral dos Signos

no seio da vida social” (Saussure, 1986/1999: 44). Ambos deram origem a estudos diferentes, mas com igual impacto em áreas distintas das Ciências Sociais e Humanidades, nomeadamente a Análise dos *media*.

Dos princípios desenvolvidos pelo linguista suíço, a Análise dos *media* retirou a ideia de que o sentido emana do sistema de linguagem e de que se deve estudar os sistemas de sentido presentes na vida social, por exemplo, os sistemas de comunicação, os mitos, os rituais ou a moda. Convém recordar, entretanto, que o propósito de Saussure era fundamentalmente estudar o funcionamento da linguagem verbal, considerado como o sistema privilegiado de comunicação, manifestado pelas diversas línguas naturais. Considerava, assim, a linguagem como um complexo conjunto de processos resultantes da atividade psíquica condicionada pela vida social; a língua como um sistema estruturado de convenções adotadas historicamente pelo corpo social, compreendendo o sistema gramatical, lexical e fonético; e a fala como execução estritamente individual da língua. No *Curso de Linguística Geral*, publicado postumamente, embora comece por definir a Semiologia como a ciência emergente que deveria estudar o funcionamento dos sinais no interior da vida social, explicita que se dedicará exclusivamente ao estudo do principal sistema de sinais usado na comunicação humana. Acresce ainda que, de acordo com Saussure, apenas a língua reunia condições para ser objeto de estudo científico, pois só ela era geral, sistémica e social, sendo a fala (o uso) singular, vária e heterogénea. Sabemos hoje como o desenvolvimento da pragmática – de que falaremos no ponto seguinte deste capítulo – veio derrogar esta premissa e demonstrar como os usos que os falantes fazem do sistema são sempre históricos, situados e sociais.

Dentro desta conceção sistémica, a língua é estudada como uma estrutura a partir da qual os falantes fazem as suas escolhas

e combinações: os signos linguísticos, unidades discretas, organizam-se no eixo paradigmático por oposição uns aos outros; e, no eixo sintagmático, o eixo das associações, organizam-se sintaticamente. Por outro lado, foi também Saussure quem permitiu compreender o funcionamento dos signos linguísticos, como entidades bifaciais, compostas por um significante (imagem acústica) e por um significado (conceito), cuja união é arbitrária. Por outras palavras, o significado está ligado arbitrariamente a um conjunto de sons que lhe servem de significante, sendo que a arbitrariedade reside no facto de a relação entre as duas faces do signo linguístico ser imotivada e convencional. Note-se, assim, que a esta visão de língua e de signo é alheio o referente, pois que “a língua aparece (...) como um corpo imutável, independente não só do sujeito como da própria comunidade linguística” (Fidalgo, 1998: 65).

A semiologia de Saussure é muito importante e tem consequências muito para além da linguística estruturalista, uma vez que a sua definição de língua como sistema de signos será o modelo de funcionamento de todos os outros sistemas semiológicos que utilizam sinais diversos dos linguísticos:

os sinais puramente arbitrários realizam melhor do que os outros o ideal do processo semiológico; é por isso que a língua, o mais complexo e o mais difundido dos sistemas de expressão, é também o mais característico de todos; neste sentido, a linguística pode tornar-se o padrão geral de toda a semiologia (...) (Fidalgo, 1998: 64).

Nesta linha teórica, foram desenvolvidos estudos empíricos, no final da década de 60 e nos anos 70 do século XX, sobre léxico e vocabulário associados a diversos temas, nomeadamente à imigração e ao trabalho. Por exemplo, os trabalhos de Michel

Pêcheux (1969), sobre a análise automática do discurso, partem do princípio de que a linguagem reflete a história e as relações de poder, sendo possível, através de levantamentos automáticos de vocabulário, mapear os grandes campos de sentido (campos semânticos) de um texto. Assim, uma notícia sobre operários ou imigrantes revelará a memória histórica e cultural e as relações de poder plasmadas na linguagem utilizada. Na esteira desta distinção saussureana, a linguagem da comunicação apresenta-se como um campo alargado de reflexão interdisciplinar que abrange a linguagem verbal, as linguagens não-verbais (gesto, som, imagem, ocupação espacial, etc.) e as linguagens derivadas dos dispositivos tecnológicos inerentes a cada meio de comunicação (Babin, 1993).

A Semiologia é, portanto, a ciência das grandes unidades significantes do discurso, entendidas como sistemas de comunicação e Roland Barthes (1915-1980), um dos herdeiros de Saussure, o autor que mais contribuiu para a análise dos sistemas de comunicação e dos conteúdos mediáticos. Na obra *Elementos de Semiologia*, publicada em 1966, o autor francês sistematiza os princípios herdados de Saussure, mas reformulados e adaptados à sua visão da área. Uma diferença significativa os distingue: se o fundador da Semiologia encarava o signo e a língua de um ponto de vista comunicativo, já Barthes procede ao que António Fidalgo chamou de pansemiotização do mundo (Fidalgo, 1998): alargou o conceito de signo e de língua, procurando compreender como estes são fundamentais à significação.

No ensaio “Semântica do Objeto”, integrado na obra *Aventura Semiológica*, Barthes alicerça essa visão segundo a qual o ser humano dá sentido às coisas precisamente porque possui a capacidade de linguagem: todo e qualquer objeto do mundo, além da sua utilidade, é signo porque, a partir dele, se gera significação. Assim, não há lugar para objetos insignificantes, precisamente porque o

ser humano, possuindo a capacidade da linguagem, atribui sempre uma carga significativa a tudo que o rodeia (Barthes, 1986: 171-180). Renova, portanto, o conceito de língua e cria o conceito de função-signo, como veremos, ambos essenciais ao estudo dos sistemas semiológicos não verbais, como a moda e a alimentação (Barthes, 1997: 23-25) ou o mito (Barthes, 1988; 1990; 2007).

Segundo Barthes, os discursos, cultural e socialmente mais estruturados, originam cadeias de conceitos (mitos), através dos quais os membros de uma determinada cultura compreendem um tema ou uma experiência social. Por exemplo, o “Outro” em qualquer cultura é apreendido por meio das experiências culturais dessa cultura, nomeadamente pelas experiências coloniais. Segundo este autor, se os “mitos primitivos” incidiam sobre a vida e a morte de deuses e homens, sobre o bem e sobre o mal, os “mitos modernos” incidem sobre o quotidiano individual ou coletivo, tendo como objetivos fundamentais produzir novas significações e naturalizar significações.

A obra *Mitologias*, que reúne um conjunto de artigos que Roland Barthes publicou no jornal francês de esquerda *Les Lettres Nouvelles* no final da década de 50 do século XX, concretiza a significação como preocupação central dos seus estudos. Aqui escreve curtos textos em que analisa vários produtos e objetos de consumo da sociedade de massas de meados do século XX, utilizando os instrumentos da análise semiológica, para mostrar como todos eles se constroem como novos mitos que alicerçam os valores da sociedade burguesa de consumo.⁵⁸

⁵⁸ Entre os 33 ensaios que compõem a obra, salientamos alguns exemplos: “A Operação Astra” (em que analisa um slogan publicitário); “Brinquedos” (no qual lê os brinquedos como funções-signo determinantes para a perpetuação de papéis sociais e de género); “O Cruzeiro do Batory” (em que critica a cobertura noticiosa do *Figaro* sobre uma viagem de um cruzeiro francês à URSS); “O Vinho e o Leite” ou “O Bife e as Batatas Fritas” (em que faz uma leitura semiológica da alimentação); “O Novo Citroën” (no qual interpreta um então recente modelo de automóvel à luz de símbolos e conotações).

É, contudo, no texto posfacial que assina – “O Mito, hoje” – que ficam claros os propósitos da sua semiologia da significação, bem como da função primordial da conotação. Inspirando-se em Hjelmslev,⁵⁹ que, a partir da visão dicotômica de signo proposta por Saussure, entendeu que todo o sistema de signos era constituído por um plano de expressão (parte significante) e por um plano de conteúdo (parte de conceito), Barthes explica os mitos como construções conceptuais que integram no seu plano de expressão a própria língua:

a sociedade desenvolve constantemente, a partir do sistema primeiro que lhe é fornecido pela linguagem humana, sistemas segundos de sentido, e esta elaboração, umas vezes exibida, outras disfarçada, racionalizada, é quase como uma antropologia histórica (Barthes, 1997: 76).

Os exemplos que lhe servem de ilustração no posfácio a *Mitologias* são muito expressivos. Num deles traça a imagem da colonização francesa através da análise de uma capa da Revista Francesa *Paris Match*, construída pela fotografia de um jovem vestido com o uniforme francês. No texto lê-se:

eu estou na barbearia, dão-me um número de Paris-Match. Na capa, um jovem negro vestido com um uniforme francês faz a saudação militar, com os olhos erguidos, fixados certamente numa prega da bandeira tricolor. Esse é o sentido da imagem. Mas, quer eu seja ou não ingénuo, vejo bem o que ela me significa: que a França é um vasto Império, que todos os seus filhos, sem distinção de cor, servem fielmente sob

⁵⁹ Linguista dinamarquês (1899-1965) cujas teorias fundaram o Círculo Linguístico de Praga.

a sua bandeira, e que não há melhor resposta aos detratores de um pretenso colonialismo do que o zelo deste negro em servir os seus pretensos opressores...
(Barthes, 2007:269)

Barthes considera que esta capa de revista apresenta ao leitor um sistema semiológico de conotação, onde há um significante formado por um sistema prévio (a forma denotada, no caso um soldado negro faz a saudação militar francesa) bem como a incorporação de um significado (o sentido) que conjuga francesismo e militarismo, gerando a presença do significado através do significante.

À luz da abordagem barthesiana aos mitos contemporâneos, pode dizer-se que a capa da *Vogue* italiana do mês de abril de 2020, sendo uma página em branco, é toda ela uma ‘fala’, uma mensagem, mesmo sem recurso a qualquer signo verbal ou imagem, exceto o nome da própria revista e a data de publicação. Em mais de 100 anos de existência, pela primeira vez a revista mais conhecida do mundo da moda é lançada nas bancas sem fotos glamorosas na capa. O facto, de tão inédito, mereceu uma explicação por parte do diretor, Emanuele Farneti, que, em comunicado, diz que “falar de qualquer outra coisa – enquanto as pessoas estão morrendo, médicos e enfermeiros estão arriscando suas vidas e o mundo está mudando para sempre – não é o DNA da *Vogue Itália*”.⁶⁰

Do ponto de vista semiológico, pode afirmar-se que esta capa significa pela aparente ausência de material significante: totalmente dominada pelo branco, chama a atenção pelo contraste com a norma

⁶⁰ <https://vogue.globo.com/atualidades/noticia/2020/04/pela-primeira-vez-em-mais-de-100-anos-da-publicacao-vogue-italia-publica-capa-em-branco-por-conta-da-pandemia.html>

gráfica da publicação, oferecendo aos leitores uma multiplicidade de interpretações e de inferências. É ainda no texto do comunicado que se adiantam um conjunto de interpretações e leituras, como se tivesse havido por parte da revista a necessidade de se afirmar pela diferença, solidarizando-se com o contexto pandêmico e grave vivido entre março e abril no país (e no mundo):

O branco é antes de tudo respeito.

O branco é o renascimento, a luz após a escuridão, a soma de todas as cores.

O branco é a cor dos uniformes usados por quem coloca suas próprias vidas em risco para salvar a nossa.

Representa espaço e tempo para pensar, bem como permanecer em silêncio.

O branco é para aqueles que estão preenchendo esse tempo e espaço vazios com idéias, pensamentos, histórias, versos, músicas e cuidados com os outros.

Branco relembra quando, após a crise de 1929, essa cor imaculada foi adotada para as roupas como expressão de pureza no presente e de esperança no futuro.

Branco representa as noites sem dormir daqueles que trabalharam nessa questão, nos dois lados do oceano e em condições complicadas. Sou grato a todos e cada um deles.

Ora, é o sistema crítico que a Semiologia de Barthes nos fornece que permite compreender a função primordial do fenómeno conotativo, que atua em camadas de sentido. E se a ideologia é o “ponto comum para o qual remetem todos os sistemas conotativos” (Fidalgo, 1998: 85), não podemos deixar de ler nesta capa da *Vogue Itália* um modo de se afirmar no mercado, através de um posicionamento cívico que, embora com interesses

comerciais, não deixa de ser inovador face ao público alvo da revista e à sua área de intervenção habitual.



Fig. 7 | Capa da *Vogue* Itália de abril de 2020

Nesta perspetiva, os textos mediáticos – sejam textos jornalísticos, publicitários, ficções, *cartoon*, etc. – devem ser analisados dentro do sistema de linguagem que lhes deu origem. Por exemplo, as análises de televisão devem ter em conta não só o sistema de linguagem verbal como a linguagem de produção de televisão, nomeadamente os diferentes dispositivos – espaciais, temporais, técnicos, tecnológicos e outros – que atribuem sentido às imagens de fluxo. A importância dos dispositivos de mediação para a compreensão do funcionamento das mensagens dos *media* tem sido, aliás, reforçada pelos trabalhos mais recentes de Adriano Duarte Rodrigues (2009; 2015). Assumindo uma perspetiva muito crítica acerca dos estudos de análise crítica do discurso, o autor defende que não é a superfície textual das mensagens que caracteriza os discursos mediáticos, mas sim o funcionamento do seu quadro enunciativo. Se a manipulação, os instrumentos

retóricos e as relações de poder estão presentes mesmo nas trocas verbais do quotidiano, o que é verdadeiramente distintivo do discurso dos *media* é o facto de recorrerem a dispositivos de mediação – escrita, rádio, TV, *web* – que têm modalidades específicas de reconstrução do quadro de enunciativo:

O caso da incidência do dispositivo televisivo na alocação, além de produzir efeitos idênticos aos do dispositivo radiofónico, joga com a construção de um quadro de definição da percepção visual. Deste modo, os interactantes têm à sua disposição dentro do quadro delimitado pelo ecrã a totalidade dos elementos que a que podem recorrer e que podem mobilizar para a interpretação do discurso televisivo. É o enclausuramento no quadro enunciativo produzido pelos recursos próprios do dispositivo mediático, de os interlocutores não terem mais nada à sua disposição para a interpretação do discurso mediático para além daquilo que o dispositivo autonomiza, que caracteriza propriamente os discursos mediáticos (Rodrigues, 2009: 129).

Aprofundando a utilização dos conceitos da semiologia, Fiske (1993: 141-142) apresenta a análise de uma única fotografia – que foi manipulada em dois jornais britânicos – captada durante o Carnaval de Notting Hill (Londres, 1976), onde se registaram confrontos entre jovens negros e a polícia. Segundo o autor, a fotografia foi utilizada nos dois jornais no sentido de enfatizar os elementos denotativos, constituídos por vários sinais visuais (integrantes de um sintagma): em primeiro plano, o grupo de jovens negros e o grupo de polícias; em seguida, a multidão de negros à volta da cena, num enquadramento urbano degradado, com uma única árvore para onde se dirige o foco. Na análise Fiske refere:

O sintagma coloca estes sinais numa relação especial, de confronto, que está de algum modo ligada, talvez fortuitamente, ao enquadramento negro urbano... Na página (do jornal), estes significantes tornam-se signos quando os interpretamos, ou seja, quando os relacionamos com significados ou conceitos mentais. Temos conceitos da polícia, dos negros, do centro da cidade e das árvores... Estes significados são o resultado da nossa experiência cultural: sabemos reconhecer as figuras em uniforme como polícias e não, por exemplo, como membros do Exército de Salvação, e o nosso significado de negros tem em conta que eles são imigrantes comparativamente recentes que se destacam numa sociedade predominantemente branca (Fiske, 1993: 142-144).

Consideremos, agora, a semiótica de Charles Peirce, que é bem diversa da tradição europeia dos autores que acabámos de referir. Peirce, dada a sua formação em Filosofia e Matemática, procurou entender a lógica de funcionamento dos signos nos processos de cognição, experiência e representação. Para o autor, a semiose envolve sempre uma inter-relação de três entidades: um signo (algo que está no lugar de uma outra coisa), um objeto (o referente representado pelo signo) e o interpretante (a ideia que, na mente dos intérpretes, o signo suscita). Sublinhemos duas diferenças muito evidentes em relação à abordagem semiológica europeia: o facto de o autor americano contemplar o mundo empírico representado pelo signo; e o facto de considerar relevante no processo de significação o intérprete. No processo semiótico, intervém um raciocínio de tipo abdutivo, que permite ao intérprete encontrar hipóteses explicativas para os objetos, fenómenos, signos.

A partir destas premissas, Charles Morris, na senda de Peirce, sistematiza a Semiótica em três ramos distintos: i) a sintaxe, que consiste na relação entre os signos; ii) a semântica (que tem que ver com a relação entre os signos e os seus referentes); iii) a pragmática (que é vertente do uso dos signos e o modo como os intérpretes os leem e deles se apropriam) (Fidalgo, 1998: 80-100). A partir daqui os estudos semióticos abrem-se à pragmática e ao estudo dos usos dos signos: dos intérpretes e dos seus enquadramentos socioculturais.

A exaustiva tipologia de signos construída por Peirce também tem evidentes potencialidades analíticas na Análise dos *Media*, nomeadamente aquela que os classifica em função da relação que estabelecem com o objeto representado – índice, ícone e símbolo:

Ícone é o signo que se relaciona ao seu objeto por possuir uma qualquer semelhança com este (...) O índice é o signo que se refere ao seu objeto por uma relação real, “sendo realmente afetado por ele” (...) Finalmente, o signo que se refere ao objeto que denota em virtude de uma lei toma o nome de Símbolo e essa lei ou regra geral faz com que o símbolo seja interpretado como referindo-se ao objeto (Fidalgo & Gradim, 2005: 158).

Como explicam Fidalgo e Gradim, a tipologia de Peirce oferece um método de análise de diferentes objetos e mensagens, mas “quanto à sua realização ou ocorrência no mundo, nenhum signo pertence exclusivamente a uma destas classes” (Fidalgo & Gradim, 2005: 160).

Os processos de apropriação e receção das mensagens mediáticas podem ser pensados e analisados à luz destes princípios, nomeadamente na relação entre codificador (quem seleciona os signos) e decodificador (quem atribui sentido aos signos

selecionados). Os textos mediáticos refletem a conexão entre o codificador e o decodificador, mas nunca numa posição de simetria, na medida em que o primeiro concentra o “poder” de seleccionar e enquadrar factos, de escolher a sua forma e substância de representação, embutindo nas mensagens as leituras dominantes ou preferenciais. Explicitando melhor, a forma de construir a mensagem, a codificação utilizada, inclui elementos que orientam para uma leitura “preferencial” fundada em valores culturais e tradicionais da lei e da ordem, que consolidam pré-conceitos e eliminam potenciais ruturas com a estrutura social estabelecida. Como refere Fiske (1993:150) a propósito da fotografia do Carnaval de Nothing Hill, a que acima se fez referência, a “significação preferida relaciona o “problema racial” com o “problema da juventude” ou conflito de gerações”, mas veda a ligação potencial de “raça” com “classe”, uma ligação muito mais explosiva”.

Foi Umberto Eco (1932-2016), um dos mais importantes semiólogos da segunda metade do século XX, que mais contributos deu para a compreensão dos *media*, recorrendo aos conceitos desta área, nomeadamente à tipologia de signos e aos fenómenos de codificação. Em entrevista ao jornal *Expresso* em 2015, o autor italiano afirma:

Em semiótica, ‘narrativas neutrais’ são as histórias que nós contamos sobre o que nos acontece. Paradoxalmente, cada pedaço de narrativa neutral é já uma seleção, uma interpretação. Ninguém conta tudo o que viu, mas sim os aspetos mais proeminentes da história. Há uma diferença entre o que publica o *New York Times* e o *The New York Post*, mas devemos abandonar a ideia de que um jornal é um vidro transparente através do qual se olha para o mundo (Eco, 2015).

Nesse mesmo ano, Eco lança o seu último romance – *Número Zero* – em que constrói uma ficção à volta do mundo do Jornalismo, apontando, em modo de caricatura, os piores defeitos de que padecia a imprensa no final do século passado. Numa das cenas que representa uma reunião de redação, o diretor do novo jornal *Amanhã* propõe que se construa uma reportagem sobre um magistrado italiano incomodativo ao *status quo*, procurando os seus piores vícios e as falhas mais evidentes:

Vejam bem que, hoje, para rebater uma acusação, não é necessário provar o contrário, basta deslegitimar o acusador. Portanto, eis o nome e o apelido do fulano, e Palatino dá um salto a Rimini, com um gravador e uma máquina fotográfica. Siga este servidor integérrimo do Estado, ninguém é jamais integérrimo a cem por cento, talvez não seja pedófilo, não terá assassinado a avó, não meteu ao bolso luvas, mas terá feito qualquer coisa de estranho. Ou, então, se me permitem a expressão, estranhifique-se o que faz todos os dias.” (Eco, 2015: 99).

Tratava-se de pôr o pretenso Jornalismo ao serviço da calúnia e da intriga política, construindo uma imagem suficientemente duvidosa acerca de uma figura pública, para que o leitor, pelas inferências possibilitadas pelo texto, pudesse colar a pessoa em causa a um cenário de desconfiança e de duvidosa credibilidade, nem que para tal fossem atropelados os princípios sagrados da deontologia profissional.

Ao longo da década de 70 e 80, Umberto Eco, inspirado pela semiótica de Peirce, dedica particular atenção aos limites da Semiótica “uma disciplina de insuportáveis ambições imperialistas tendendo a ocupar-se de tudo quanto, em épocas diversas e com diversos métodos, as ciências naturais e

humanas se ocuparam” (Eco, 2003: 9). Desenvolve sobretudo uma teoria da produção sógnica – que passa naturalmente por uma definição de signo enquanto objeto central de estudo – e uma teoria dos códigos. Para Eco, os processos de codificação são determinantes: um signo é, na sua teoria, “o resultado provisório de regras de codificação que estabelecem correlações transitórias em que cada elemento é, por assim dizer, autorizado a associar-se com um outro elemento e a formar um signo somente em circunstâncias previstas pelo código” (Eco, 1997: 40). No ensaio de 1967, “Crónicas da Aldeia Global”, Eco analisa o fenómeno da comunicação de massas e argumenta que a peça-chave do processo de comunicação é o sistema de regras que nos habilitam a ler e interpretar as mensagens, ou seja, o código. Cada destinatário, consoante o código que utiliza para decodificar a mensagem, pode atribuir significados diversos, muitas vezes divergentes, com consequências no uso que faz da mensagem:

Para um empregado bancário de Milão a publicidade televisiva de um frigorífico representa o estímulo à compra, mas, para um camponês desempregado da Calábria, a mesma imagem significa a denúncia de um universo do bem-estar que não lhe pertence e que ele deverá conquistar (Eco, 1994: 126).

O *meme* abaixo reproduzido, criado pela MemeDeportes, um site de entretenimento e desporto espanhol, circulou nas redes sociais, em vésperas do jogo Portugal – Espanha no Mundial de Futebol de 2018. Destaca-se, como é habitual no género, uma imagem – no caso, a reprodução parcial do retrato de Filipe II de Espanha pintado por Alonso Sanchez Coello em 1573 – na qual se inscreve um enunciado verbal: “Majestade, hoje Portugal e

Espanha defrontam-se. Ah sim? E contra quem?”. A mensagem humorística exigirá dos usuários um conjunto de conhecimentos que lhes permitam compreender o aparente *non sens* da legenda verbal: saber, por exemplo, que Filipe II foi o 1.º monarca da Dinastia Filipina, num tempo em que Portugal perdeu a sua independência para o reino vizinho.



Fig. 8 | MemeDeportes

As mensagens dos *media* são uma construção semiótica de mediação, que organizam os conhecimentos, permitem a troca de experiências, através da produção e reprodução de formas simbólicas, configuram a prática social e ditam, se não o como, pelo menos aquilo em que pensamos, moldando os nossos critérios de relevância.⁶¹ A semiótica, enquanto teoria geral dos signos, permite analisar

⁶¹ A este respeito, João Carlos Correia explica que os *media* “ganham uma dimensão importantíssima no que respeita ao estabelecimento de um significado comum e intersubjetivo acerca da vida quotidiana”, adiantando que “esta influência se exerce sobretudo ao nível da relevância relativa aos temas em debate” (Correia, s/d: 9).

essas mensagens – sejam elas jornalísticas ou ficcionais – nas suas dimensões sintática, semântica e pragmática.

A análise semiótica pode incidir sobre objetos muito diversos, independentemente da substância, da linguagem ou do *medium* que os veicula: publicidade, notícias de jornal, *cartoon*, ficções televisivas, documentários, video-jogos, etc. (Bignell, 2003; Danesi, 2002; Santaella, 2002).

Segue-se um exemplo de análise semiótica da primeira página de um conhecido jornal francês.

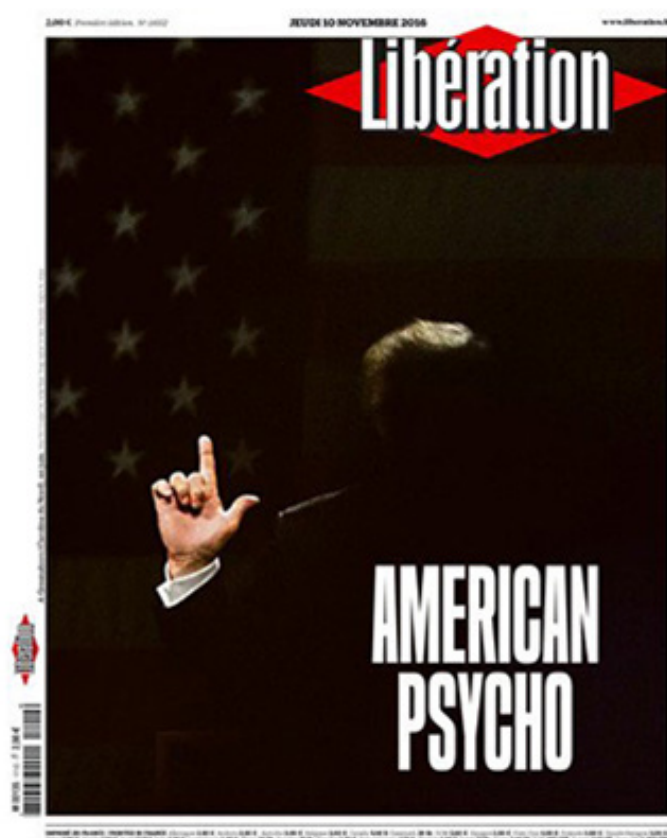


Fig. 9 | *Libération*, 10/11/2016

EXEMPLO

Esta foi a primeira página do jornal francês *Libération* do dia 10 de novembro de 2016, dois dias depois da eleição de Donald Trump como Presidente dos EUA. Recorrendo a uma análise semiótica e com base no que atrás se explicitou, diremos que esta capa conjuga duas linguagens diferentes: uma fotografia (um ícone, na terminologia de Peirce) e um curto enunciado verbal. Numa perspectiva meramente denotativa, tanto quanto é possível uma leitura deste nível, o que aqui se representa é uma fotografia obscurecida do recém-eleito Presidente dos EUA, em que se distingue a bandeira dos EUA ao fundo, e apenas se foca uma mão e parte do seu cabelo louro. Contudo, considerando o contexto deste número do jornal – no rescaldo da vitória de Donald Trump e quando em França o discurso populista de Marine Le Pen, líder do Front National, conhecia uma escalada – e com base na articulação entre a foto e o título do filme *American Psycho*, pode afirmar-se que esta capa é uma afirmação ideológica e um posicionamento muito claro por parte da *Libération* face à eleição do novo presidente dos EUA.

Uma análise semiótica destacaria dois elementos nesta imagem:

i) o seu valor icónico, que permite o reconhecimento da figura retratada por dois índices facilmente reconhecidos pelos leitores: a popa louro do seu cabelo e o gesto (também ele com conotações claras do universo discursivo da violência padrão do discurso de Donald Trump);

ii) a ausência de luz da fotografia, metáfora de um ‘tempo de trevas’. Acresce o enunciado verbal – título de famoso filme norte-americano sobre a história de vida dupla de um homem de negócios de Manhattan que era também um assassino em série – que gera inferências intertextuais, oferecendo uma leitura clara da posição do *Libération*.

3.3. Análise do Discurso

A Análise do Discurso (AD) é uma área da Linguística que estuda a linguagem em uso, ou seja, estuda os sentidos e as ações que concretizamos quando utilizamos a linguagem em determinados contextos. Trata-se de um campo muito vasto que cobre uma variedade de práticas de investigação com objetivos, enquadramentos e alcances muito diferenciados (Baker & Ellece, 2011):

Há muitas abordagens à Análise do Discurso. Algumas são parte integrante da Linguística e estudam sobretudo a gramática (...) outras, não incidindo em detalhes da linguagem, concentram-se em ideias e temas, tal como são expressos nas mensagens faladas e escritas (Gee, 2011: ix).⁶²

Importada para as Ciências Sociais como **metodologia qualitativa**, é, sobretudo neste contexto, uma “*caixa de ferramentas* que permite construir interpretações noutras disciplinas” (Maingueneau, 2006: 2) que pouco têm a ver com a Linguística ou com as ciências da linguagem, a exemplo do que sucede na Análise dos *Media*. Contudo, tal facto não impede que se reconheça que uma investigação empírica que recorra a esta metodologia exige o domínio rigoroso de conceitos e instrumentos da linguística, pois a língua, as suas estruturas formais e o texto (no sentido amplo do termo) são essenciais

⁶² “There are many different approaches to discourse analysis. Many of these are part of the discipline of linguistics and tied closely to the study of grammar, though there are also a number of different approaches to grammar. Some approaches to discourse analysis are not as closely tied to the details of language, but concentrate on ideas, issues, and themes as they are expressed in talk and writing”. Tradução livre das autoras.

na análise e explicação da natureza e do funcionamento dos discursos.

Como já se disse, a linguagem verbal é central na comunicação humana: é através dela que compreendemos o mundo, que interpretamos a realidade e damos sentido aos objetos e a outros signos que nos rodeiam, que criamos categorias, organizamos a experiência e interagimos com os outros. Embora diversas, as abordagens às funções da linguagem por parte de linguistas subsumem fundamentalmente três funcionalidades: expressar, representar e comunicar.⁶³

Contudo, as comunicações do nosso cotidiano, das mais simples – como uma conversa entre amigos – às mais elaboradas e complexas – como um debate político transmitido pela televisão –, nunca se processam por palavras isoladas ou por signos desconexos, mas através de **textos**, entendidos como “qualquer instância da linguagem, em qualquer *medium*, que faça sentido para alguém que domine a linguagem” (Halliday, 2004: 3). Podemos, então, concordar com David Graddol (1994), que entende o texto como a unidade mínima da comunicação: sendo produto do uso da língua, é uma fala, uma mensagem; é plurissemiótico, uma vez que pode ser constituído por signos de natureza muito diversa (orais, escritos, verbais, não verbais); é veiculado por um canal, já que todo e qualquer texto necessita de um *medium* (papel, parede, ar, ecrã, etc.); tem significação, unívoca ou múltipla; e dirige-se a um intérprete (individual ou coletivo). Esta abertura do conceito é muito

⁶³ Por exemplo, Karl Bühler, filósofo e linguista alemão (1879-1936) discrimina a função expressiva, a representativa e a apelativa; John Lyons, linguista inglês (1932-2020), fala em função descritiva, expressiva e social; Roman Jakobson, linguista russo, pioneiro da análise estrutural (1896-1982), complexifica a tríade, preferindo categorizar seis funções da linguagem, com base no esquema comunicacional de seis elementos: referencial, expressiva, poética, apelativa, metalinguística e fática.

importante, sobretudo quando nos situamos no quadro de um sistema mediático digital, em que a comunicação é multimodal e a imagem ocupa um espaço significativo quer nos *media* tradicionais, quer nos novos *media* mas, sobretudo, nos *media* sociais:

A Internet e outras tecnologias digitais chegaram no final do século XX e mudaram o modo como os *media* – jornais, televisão e rádio – lidam com o tempo (atualizações 24/7), com a transmissão (síncrona e assíncrona, online e tradicional), com o contexto envolvente (desde o jornalismo cidadão aos comentários e feedback online dos públicos (...)), com a apresentação da história (motores de pesquisa, hiperligações, elementos visuais e vídeo) e com os processos de reportagem (gravações digitais, arquivos e blogues) (Cotter, 2015: 795).⁶⁴

Se a AD privilegiou sobretudo o texto verbal (oral ou escrito), no novo milénio tem sido também metodologia privilegiada para a análise de imagens (fixas ou em movimento), como podemos constatar pelas abordagens à multimodalidade de Günther Kress (2012) ou de Van Leeuwen (2015: 447-465), pela aplicação das ferramentas da AD a diversos objetos visuais por Paul Gee (2011a: 187-193), pela análise à linguagem multimédia por Jay Lemke (2012: 79-89) ou à valorização discursiva da imagem por Myra Macdonald:

⁶⁴ “The Internet and other digital technologies came along at the end of the twentieth century and changed the way the media – newspapers, television, and radio – dealt with deadlines (24/7 updates), transmission (synchronous and asynchronous modes, online and traditional), outside involvement (through citizen or participatory journalism at one end to comments, online feedback, and user-generated content on the other), and story presentation (search-engine optimization, links, video and visual elements) and reporting (digital records and archives, blogs)”. Tradução livre das autoras.

Gravando-se na memória popular, as imagens reproduzem o discurso muito depois de as palavras desaparecerem. O elogio de Earl Spencer no funeral de sua irmã, a Princesa Diana, atraiu muitos comentários na época por implicar a construção de uma monarquia britânica reprimida e repressiva, mas as suas palavras provavelmente são menos lembradas agora do que a interpretação de Elton John de ‘Candle in the Wind’ ou a imagem avassaladora de um cartão com a palavra «mamã» anexada à coroa de flores dos filhos de Diana. O som reconstrói o humor e a atmosfera; a imagem ancora a memória discursiva do evento (Macdonald, 2003: 4).

No atual contexto mediático, a imagem é central em qualquer Análise dos *media*: na Páscoa de 2020, em plena pandemia de COVID, o Papa Francisco dirigiu-se ao mundo católico a partir da Praça de São Pedro e as televisões captaram imagens com um poder esmagador, que certamente ficarão gravadas na nossa memória coletiva de uma forma muito mais indelével do que o conteúdo da sua bênção *Urbi et Orbi*.

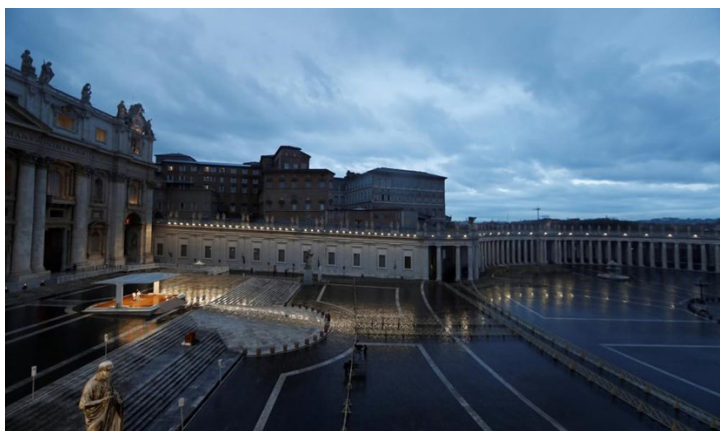


Figura 10 | (Fonte Cofina Media Capital)

Tal como sucede com as análises de conteúdo, explicitadas no primeiro ponto deste capítulo, em qualquer AD, o *corpus* de análise é constituído por textos – notícias, *spots* publicitários, entrevistas televisivas, reportagens, editoriais, etc. – que são, como veremos, a face visível e concreta dos discursos que se pretendem explicar e analisar. Contudo, uma primeira dificuldade se coloca ao investigador que opta por esta metodologia qualitativa: a dimensão do *corpus* de análise. Esta dependerá de uma primeira opção que radica no objetivo da investigação: ou proceder a **análises sincrónicas** de um determinado *corpus* constituído a partir de uma temática (de que é exemplo a análise à cobertura jornalística da corrupção política em Portugal que tem sido exemplo neste livro) ou proceder a **análises diacrónicas** e mais amplas que utilizam a AD para apreender grandes linhas estratégicas ou problemáticas mais gerais do funcionamento dos *media* (por exemplo, estudar o impacto das evoluções tecnológicas na construção do discurso jornalístico; compreender o fenómeno das *fake news* ou do *infotainment*; problematizar a relação dos *media* tradicionais com as redes sociais, etc.) (Macdonald, 2003).

Enquanto, nas análises quantitativas, há sofisticados programas informáticos que permitem analisar diversas variáveis de uma grande quantidade de objetos, a AD é mais fina e exige um exercício prévio de leitura integral e atenta dos textos, sendo mais adequada a *corpus* de dimensão mais reduzida. Existem, porém, alguns programas informáticos que complementam o trabalho do investigador e que permitem facilitar as AD em grandes conjuntos de textos (webQDA,⁶⁵ NVIVO⁶⁶ ou MAXQDA⁶⁷). Além do mais, a prática mais comum em investigações de grande

⁶⁵ Cfr.: <https://www.webqda.net/>

⁶⁶ Cfr.: <https://www.qsrinternational.com/nvivo-qualitative-data-analysis-software/home>

⁶⁷ Cfr: <https://www.maxqda.com/>

amplitude passa pela escolha seletiva de amostras textuais mais reduzidas, entre o *corpus*, que podem funcionar como exemplos representativos:

A combinação da análise exaustiva em períodos selecionados com a análise de ‘momentos críticos do discurso’ (...) é uma opção potencialmente frutuosa. Por um lado, há períodos que são determinantes para a construção de uma questão e, por conseguinte, exigem uma análise integral (...) Por outro lado, após algum tempo, as construções discursivas de uma questão começam a sedimentar-se e diminui o grau de novidade, sendo que as diferentes posições discursivas começam a ser cada vez mais recorrentes (Carvalho, 2015: 184).

É precisamente a partir do momento em que o paradigma estruturalista da linguística saussureana começa a ser posto em causa, essencialmente pelo desenvolvimento da **pragmática**, que mostrou ser possível o estudo da língua em uso, que os estudos linguísticos começam a dedicar a sua atenção aos textos como produtos da prática linguística. Recordemos que para Saussure o discurso, o equivalente da fala, é contingente e acidental porque resultante do uso individual que cada falante faz do sistema (língua). Contudo, como também explicámos no ponto anterior, Charles Morris, concebendo a semiose como um processo tri-dimensional, entende o discurso como o conjunto de usos particulares, mas sobretudo sociais e contextuais. Também Mikail Bakhtin introduz o conceito de género do discurso, rejeitando uma conceção sistémica e estrutural dos usos da linguagem e olhando os textos como produto de combinações de formas linguísticas e situações sociais concretas. Por outras palavras, a pragmática veio tornar evidente que os usos linguísticos não são

apenas individuais e acidentais, sendo o modelo saussureano insuficiente para dar conta da complexidade envolvida no ato de produção e interpretação de mensagens que são

construções integradas num ambiente de comunicação, por sua vez também ele integrado numa comunidade, e cujas conotações podem evocar nos interlocutores reações imprevisíveis, precisamente porque as mensagens são potencialmente interpretáveis de muitas maneiras, de acordo com a enciclopédia pessoal e social de cada um (Santos, 2011: 24).

Neste contexto, adquirem particular destaque os trabalhos de Paul Grice e de John Austin e John Searle. O primeiro enquadra a comunicação verbal num quadro de cooperação entre os interlocutores, mostrando como a análise dos fenómenos de comunicação humana “não deixando de pertencer ao domínio linguístico, convoca igualmente fatores discursivos mais pragmáticos”, que explicam as pressuposições, inferências e implicaturas que os interlocutores processam em qualquer ato de interação verbal (Santos, 2011: 27-29). A Teoria dos Atos de Fala, avançada por Austin e aprofundada por Searle, é uma das mais relevantes correntes da filosofia da linguagem da contemporaneidade que considerou e desenvolveu o estudo sistemático da linguagem em uso. Para os autores, a linguagem é ação, já que entendem que cada ato de fala é dotado de força ilocutória (que resulta da intenção comunicativa) e perlocutória (que tem um efeito pragmático) (Marcondes, 2003).

A relação entre linguagem e ação conheceu concepções distintas que vale a pena sumariar. Numa perspetiva representacional, a linguagem tem como função a representação de ações; numa visão pragmática, como a que acabámos de referir, a linguagem é,

por si, ação; o ponto de vista interacional, na linha de Goffman, entende a linguagem como resultado da interação entre os membros da comunidade; finalmente, a visão comunicacional que considera os atos de linguagem como atos de comunicação com uma dimensão externa – em que os intervenientes são influenciados de acordo com os seus atributos sociais e características psicológicas – e com uma dimensão interna – pois é o uso da linguagem que permite construir os atores discursivos. Esta última perspetiva é defendida por Patrick Charaudeau, nome de referência da Análise do Discurso da escola francesa, que argumenta que a perspetiva comunicacional é mais integradora porque contempla a intencionalidade pragmática, a finalidade, a troca, a interação e a regulação como princípios basilares do ato comunicativo (Charaudeau, 2002):

Esse agir sobre o outro, agindo sobre suas representações do mundo, a partir dos dados situacionais, que foram estabelecidos através de uma certa regulação das trocas sociais, faz com que todo ato de comunicação seja ao mesmo tempo finalizado, em termos de influência, regulado, em termos de intercompreensão, intersubjetivo, em termos de partilha dos saberes, das opiniões e das crenças sobre o mundo. (...) Esse agir comunicacional (...) é o que constitui, no meu ponto de vista, o objeto da análise do discurso (Charaudeau, 2002: 3).

Assim, é a partir das potencialidades criadas pelo desenvolvimento da pragmática que se pode entender o **conceito de discurso** como uma categoria abstrata que envolve um conjunto de textos (que são a face material do discurso) integrados em situações sociais.

POR EXEMPLO, o discurso jornalístico será, então, o produto de um vasto conjunto de textos produzidos por profissionais – os jornalistas – constituídos mediante normas processuais, deontológicas e técnicas consagradas pela profissão, com dimensão histórica e social e com vista a serem interpretados por comunidades alargadas.

Determinante para a AD também foi o trabalho desenvolvido por Michel Foucault (1926-1984) que, no final da década de 60 do século XX, defende uma conceção transindividual dos fenómenos discursivos e define a prática discursiva como o resultado de um conjunto de normas coletivas e históricas que determinam a prática linguística dos falantes. Em *A Arqueologia do Saber* (1969), desenvolve o conceito de **formação discursiva**, que será reformulado por Pêcheux, e que seria “o conjunto de enunciados identificáveis por seguirem um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas” (Charaudeau & Maingueneau, 2004: 241). No ensaio *Ordres du Discours* (1970), “revoluciona um conjunto de axiomas sobre a enunciação”, mostrando como o discurso não se define tematicamente, nem através de um conjunto restritivo de conceitos, nem sequer é um objeto estável, mas antes um conjunto de relações entre eventos discursivos, baseado em regras e convenções sociais e institucionais (Wodak, 2008). Para este filósofo nada é exterior ao “poder” e o discurso é o processo privilegiado de fazer e reproduzir sentidos. Os discursos são, ainda, o produto de formações sociais, históricas e institucionais — onde se incluem os meios de comunicação — que detêm os “poderes” de definir os sentidos. Assim, todos os discursos, incluindo os mediáticos e mediatizados, são relações de poder e representam a “luta” pela dominação e hegemonia de um grupo ou grupos. Complementarmente, o filósofo considera que todos os indivíduos são precedidos por discursos

estabelecidos em que as subjetividades já estão representadas, por exemplo as de classe, gênero, etnia, idade, profissionais e outras.

Na mesma época, foram desenvolvidos estudos empíricos, sobre léxico e vocabulário associados a diversos temas, nomeadamente à imigração e ao trabalho. Por exemplo, os trabalhos de Michel Pêcheux (1969) citados no ponto anterior, sobre a análise automática do discurso, partem do princípio de que a linguagem reflete a história e as relações de poder, sendo possível, através de um levantamento automático de vocabulário, mapear os grandes campos de sentido (campo lexical) de um texto ou mais textos. Assim, uma notícia sobre operários ou imigrantes revelará a memória histórica e cultural e as relações de poder plasmadas na linguagem utilizada.

A análise de qualquer discurso exige, pois, o conhecimento apurado das respetivas dinâmicas do campo social em que esse discurso se inscreve, para que se consiga interpretar as suas especificidades à luz dos modos de existência cultural da comunidade discursiva. Analisar o discurso académico ou o discurso médico, o discurso jornalístico ou o discurso literário requer o conhecimento aprofundado de cada um dos campos em análise, como se explicitou no capítulo II deste livro.

Neste sentido, uma Análise do Discurso dos *media* (no sentido mais restritivo de *media mainstream*) pressupõe que o investigador conheça bem o funcionamento do campo jornalístico e compreenda a especificidade dessa formação discursiva,⁶⁸ mas requer também um domínio e profundo conhecimento da língua e das suas estruturas semântica, lexical e sintática.

⁶⁸ O discurso jornalístico é um dos discursos constituintes do espaço público cuja função mediadora assenta num pacto comunicacional de verdade, segundo o qual os textos produzidos correspondem a factos ocorridos (Correia, s/d). É uma “máquina produtora de sentido”, conferindo legibilidade e racionalidade ao mundo e obedece a um conjunto de normas decorrentes da constituição da formação discursiva: deontológicas, processuais, económicas e textuais.

Segundo Paul Gee, há vários tipos de AD, podendo distinguir-se a linha mais descritiva e a linha mais crítica. Esta última, que tem tido muito acolhimento na Análise dos *media* e que se denomina de Análise Crítica do Discurso (ACD), desenvolveu-se sobretudo a partir da década de 90 e apresenta uma visão crítica, fundamentada em teorias marxistas, procurando escrutinar de que forma os discursos transportam / criam e veiculam relações de poder, ideologias e desigualdades (Gee & Handford, 2012). Esta conceção de “poder” domina a Linguística Crítica (LC), uma corrente de pensamento que emergiu nos finais da década de setenta liderada por linguistas ingleses, australianos, neozelandeses e holandeses, nomeadamente M. A. K. Halliday, N. Fairclough, R. Fowler, Allan Bell e Teun van Dijk. Segundo Ruth Wodak, ambas as disciplinas – a LC e a ACD – visam analisar as relações de dominação, discriminação, poder e controlo tal como se manifestam e se legitimam pela linguagem (Wodak, 2003: 17-34).

Halliday elaborou, ainda na década de 70, uma teoria geral da linguagem, conhecida hoje como linguística sistémico-funcional, que recusava a descrição meramente estrutural e punha no centro da caracterização de uma língua o seu uso. Para o autor, a gramática era mais um conjunto de possibilidades do que um conjunto de normas, e estava profundamente vinculada às necessidades sociais e individuais que a linguagem deve satisfazer (Wodak, 2003; Gouveia, 2009). Distinguiu três grandes metafunções da linguagem: a função ideacional refere-se à capacidade representativa da linguagem, já que é através dela que construímos representações da nossa experiência do mundo (veremos adiante que é com base nesta função que a ACD define a transitividade como categoria de análise); a função interpessoal prende-se com a capacidade de a linguagem estabelecer os vínculos e as relações sociais (veremos como esta função é

relevante para a compreensão da modalidade como categoria de análise); e, finalmente, a função textual, que determina o texto como unidade de comunicação, constituído por procedimentos de coesão e coerência.

Apesar das análises dos *media* realizados pelos autores supracitados não se fundamentarem todas nos mesmos princípios teóricos e nos mesmos procedimentos metodológicos, elas têm em comum a preocupação pelas estruturas dos textos mediáticos e pela contribuição dos *media* para a produção de sentidos sociais, tais como a emergência de novos valores, de identidades e de relações de “poder”. Entre os princípios teóricos partilhados está o **conceito de discurso**, advindo da concepção foucaultiana, entendido como uma forma de interação entre os usos da linguagem e as estruturas sociais que mobiliza, tanto do lado do emissor como do recetor. Por consequência, quando se fala em “discurso”, aborda-se a linguagem como um tipo de prática social e não como uma atividade puramente individual ou como reflexo de variáveis situacionais.

Esta abordagem implica, em primeiro lugar, a assunção de que o discurso é um modo de ação e um modo de representação e, em segundo lugar, de que há uma relação dialética entre discurso e estrutura social (Fairclough, 1992: 63-64). Sendo o “discurso” um modo de ação onde se expressam crenças, valores e representações, ele inclui uma “visão do mundo” (para muitos designada “ideologia”), que pode alterar esse mundo e os indivíduos, cabendo aos analistas explorar. Para este autor, a ACD tem sempre uma dimensão normativa e crítica, permitindo descrever e avaliar, com o objetivo de intervir na realidade social. Segundo Anabela Carvalho, investigadora da Universidade do Minho, “o investigador tende a estar alerta para as relações de poder que são exercidas através do discurso e visa ultrapassar a normal opacidade das práticas sociais (...) expor as causas

e consequências de discursos específicos e denunciar as injustiças (...) (Carvalho, 2015).

É precisamente esta dupla vertente crítica e comprometida (alguns autores usam mesmo o termo ‘engajada’) que a distingue da AD, e que está na origem da resistência por parte de diversos autores que denunciam a subjetividade, a ideologização, a falta de rigor científico da ACD (Tyrwhitt-Drake, 1999; Rodrigues, 2009).⁶⁹ A AD é mais descritiva e afim à Linguística, embora contemple também diversas abordagens: umas mais próximas do Estruturalismo francês, como em Maingueneau e Charaudeau; outras que, partindo da descrição gramatical e estrutural da língua, enquadram sempre as análises em contexto, como a de Paul Gee.

Em todo o caso, há que ter em consideração que as análises de discurso dispõem de múltiplos instrumentos que devem ser criteriosamente escolhidos pelo investigador, em função da tipologia dos discursos a analisar, das características técnicas dos *media* que os veiculam, dos géneros discursivos utilizados e das questões de partida da pesquisa, pois não existem receitas únicas e universais que se adequem indiscriminadamente a qualquer análise (Gee, 2011a).

⁶⁹ Adriano Duarte Rodrigues tem dedicado os seus estudos mais recentes precisamente a pôr em causa as bases da ACD. Argumenta o autor que a ideologia, o poder, a manipulação e a discriminação são características presentes em múltiplos discursos do quotidiano e que não são de todo o traço distintivo do discurso mediático. Por outro lado, entende que a ACD, focando-se demasiado na materialidade discursiva, esquece que a mediação altera profundamente o funcionamento do quadro enunciativo, responsável pela construção do mundo e dos sentidos impostos à audiência (Rodrigues, 2009).

3.3.1. A Análise Crítica do Discurso

Na linha da linguística sistémico-funcional de Halliday, Norman Fairclough adota uma conceção tridimensional de discurso, já que este se revela por um conjunto de textos com dimensão material, resulta de atos de produção e de interpretação, constituindo-se sobretudo como prática discursiva, e tem uma dimensão sociocultural. Assim, o discurso contribui para a construção das identidades (função identitária), é o responsável pela construção das relações sociais (função relacional) e pela construção de sistemas de conhecimentos e de crenças (função ideacional ou cognitiva) (Fairclough, 1997).

Caberá, então, a uma ACD atentar: **i)** no **estilo** dos textos que integram determinado discurso, pois que é o estilo que revela as identidades e modos de ser dos produtores textuais; **ii)** na dimensão acional do discurso, procurando entender os **géneros textuais e discursivos** como meios semióticos de agir e interagir; **iii)** nos **meios semióticos** que constroem aspetos do mundo e que podem identificar-se com diferentes perspetivas e diferentes grupos ou atores sociais (Fairclough, 2012).

Um autor particularmente importante para a ACD aplicada aos discursos mediáticos é Teun van Dijk, que desenvolveu sobretudo uma teoria multidisciplinar de natureza sociocognitiva sobre o contexto:

O contexto é o responsável pela abertura do texto à sociedade e à historicidade dos sujeitos porque ele é uma reconstrução de uma série de marcas de uma situação

comunicativa, que são parte integrante das condições que permitem que um enunciado se transforme em ato de fala (van Dijk, 2012).

Nesta perspetiva, o discurso é o resultado de um conjunto de enunciados produzidos numa comunidade, mais ou menos lata, onde vigoram normas partilhadas condicionadas pelas mudanças históricas, ideológicas e sociais. O contexto não é entendido como a sùmula de situações exteriores aos textos, mas como conjunto de modelos – de natureza sociocognitiva – a partir dos quais produzimos, interpretamos e definimos os discursos, adaptando-os a situações comunicativas concretas (van Dijk, 2012). Por outras palavras, uma ACD deve perceber que as variáveis de análise – linguístico-gramaticais, normas do discurso, visões do mundo e interação – são marcadamente controladas pela interpretação do contexto, obrigando a considerar também novas variáveis como o estilo, o registo e o género discursivo.

Na perspetiva dos estudos empíricos, esta corrente crítica de análise propõe que as análises do discurso sejam antecipadas pelos seguintes procedimentos: **1.** Formulação de perguntas de carácter sociológico que identifiquem “problemas sociais” recorrentes (por exemplo, e para nos reportarmos a um dos estudos de caso enunciados neste livro, a relação entre abandono escolar, baixos salários, altos índices de criminalidade entre os filhos de imigrantes); **2.** Identificação dos agentes sociais envolvidos e as possíveis relações dialéticas existentes (por exemplo, empresas dos *media*, jornalistas e fontes); **3.** Levantamento de possíveis relações de poder e de visões do mundo (por exemplo, os imigrantes vêm “roubar” o trabalho dos portugueses); **4.** Mobilização de conhecimentos transdisciplinares e de metodologias plurais, com vista a responder aos desafios da análise (conceitos e princípios de Sociologia, Antropologia, Economia, Política, etc.).

Cumpridos estes pré-requisitos, pode empreender-se a análise do discurso propriamente dita, que pode ser sistematizada em fases que, por sua vez, requerem alguns outros procedimentos internos (Deacon *et al.*, 1999: 174-178). Convém iniciar a análise procedendo-se à **determinação do contexto**, da **composição** e das **relações intertextuais** e, em seguida, deve proceder-se à **identificação das estruturas** e das **características textuais ou de género**, bem como das **temáticas** e dos **atores** envolvidos.

A determinação das relações intertextuais presentes num texto mediático (por exemplo, num jornal, num jornal televisivo ou notícia) é um dos fatores da análise do discurso que permite estabelecer a “teia” de significações e sentidos sociais do texto. Por outro lado, só a determinação da posição de um jornal – a que empresa pertence, qual a sua orientação e público, anunciantes, diretores e redatores –, de um telejornal – se é emitido num canal público ou privado, qual o horário, os alinhamentos, etc. – ou de uma notícia (em que página se situa, ou em que posição no alinhamento do telejornal, etc.) permitirá estabelecer a relação com outros produtos e géneros mediáticos, bem como discernir sobre a relevância do(s) objeto(s) que se pretende analisar.

EXEMPLO

No ano de 2003, o caso “Mulheres de Bragança” (um facto que consistiu na denúncia de casas de prostituição de mulheres brasileiras na cidade de Bragança) chamou a atenção para o agravamento dos fenómenos de tráfico e prostituição de mulheres, que se praticava ao abrigo das “casas de alterne”. Coincidindo este fenómeno com o aumento da imigração de cidadãos, homens e mulheres, originários do Brasil, o estigma da “prostituição” veio a colar-se às imagens da mulher brasileira, independentemente da sua profissão e atividade. Nas imagens (Fig.11 e 12) pode ver-se a

utilização que um noticiário televisivo faz da capa da revista *Time* – de outubro de 2003, quando foi denunciado o aumento de casas de prostituição na região da cidade de Bragança – para veicular uma notícia sobre “rusgas” a “casas de alterne”. A intertextualidade é evidente entre a capa da revista publicada em 2003 e o uso que dela é feito na peça do jornal televisivo, em 2005, de que apenas se apresenta uma imagem fixa.



Fig. 11 | Capa da Revista *Time* de 20 de outubro de 2003.



Fig. 12 | Frame *Jornal Nacional* da TVI de 31 de janeiro de 2005.

Seguindo a metodologia proposta por Deacon *et al.* (1999: 175), estas duas imagens permitem estabelecer relações de tópicos ou temas transversais que apontam para valores e “visões do mundo”. Embora não haja referências diretas no discurso textual e visual à imigração nem às mulheres brasileiras, as leituras preferenciais, agravadas por um “machismo” latente, irão apontar nesse sentido, como já demonstraram alguns estudos realizados (Ferin, 2005).

Aos procedimentos anteriormente enunciados segue-se a identificação do **tipo textual** (jornalístico, político, religioso, acadêmico, literário, publicitário, etc.) e do **gênero discursivo**,⁷⁰ pois ambos condicionam o desenvolvimento das temáticas e, simultaneamente, organizam as estruturações das situações sociais, os papéis dos participantes atribuindo-lhes finalidades e intenções. Na verdade, os gêneros do discurso condicionam o uso da língua a diversos níveis: desde escolhas semânticas e lexicais ou estruturas sintáticas até a procedimentos que permitem maior eficiência na comunicação textual (Ryan, 1981). Analisar notícias ou entrevistas exige precisamente essa diferenciação: trata-se de dois gêneros distintos dentro da tipologia textual do jornalismo, que se diferenciam a nível temático, estrutural e formal, bem como em termos de atos ilocutórios concretizados e efeitos perlocutórios pretendidos. Como se percebe, a análise da forma textual é um meio de aceder à compreensão da organização social e cultural. Esta categoria

⁷⁰ A distinção entre tipo textual e gênero do discurso é relevante. Seguimos a lição de Paulo Silva que entende a tipologia textual como uma organização dos textos em função das “produções verbais geradas por locutores que se inserem numa área de atividade socioprofissional (...) desde que estejam investidos do papel social inerente ao desempenho das suas funções nessa área”; já os gêneros do discurso “não constituem um texto ou um conjunto de textos mas um conceito que corresponde a uma classe de textos abstraída, neste caso, a partir de diversos cenários” (Silva, 2012: 81).

é hoje particularmente relevante, pois tem sido reconhecido o impacto do digital na tipologia dos gêneros do jornalismo, levando ao aparecimento de novos gêneros e à muitas vezes problemática porosidade de fronteiras entre eles (Salaverría & Cores, 2009; Santos & Peixinho, 2017).

Uma segunda etapa da análise do discurso consiste em descrever criticamente a materialidade linguística dos textos que integram o *corpus* de análise. Recordamos que, embora a ACD tenha um viés ideológico assumido e contemple necessariamente contextos, ideologias, relações de poder, não pode em circunstância alguma negligenciar a descrição gramatical da substância linguística dos discursos, na linha da advertência de Halliday: “uma análise de discurso que não é baseada em gramática, não é uma análise, mas simplesmente um comentário de um texto” (Halliday, 1994: xvi). Assim, deve ter-se em consideração as dimensões semântica, sintática e pragmática dos discursos.

Com vista a uma sistematização das possíveis categorias de análise do discurso, sigamos as propostas de Teun van Dijk (1997) e de Theo van Leeuwen (1997). Segundo van Dijk, “entre os vários níveis de discurso, nos quais as ideologias podem manifestar-se, o nível do significado e da referência desempenha um papel central (...) sendo, em larga medida, através do significado que os outros níveis do discurso – os níveis superficiais como a sintaxe, fonologia ou estruturas gráficas – são afetados pela ideologia” (van Dijk, 1997: 122).

Neste sentido, o autor holandês considera importante que uma ACD compreenda e descreva criticamente os seguintes aspetos:

i) as estruturas textuais (superestruturas, macroestruturas e

microestruturas),⁷¹ que permitem verificar os principais temas ou tópicos dos textos; **ii) a dimensão semântica** (com particular atenção para processos de lexicalização;⁷² para a presença de implicaturas e pressuposições, que relegam aos intérpretes dos textos a autonomia para inferir sentidos com base nas suas capacidades cognitivas; e para a modalidade, também conhecida como a gramática dos comentários explícitos inspirada em Halliday);⁷³ **iii) a retórica e o estilo** (sobretudo a presença de discurso metafórico,⁷⁴ o registo discursivo e dispositivos de persuasão) (van Dijk, 1997; 2005).

Por seu turno, Theo van Leeuwen interessa-se pelo estudo da representação dos atores sociais: como são representadas as pessoas no discurso, que ações lhes são imputadas, que estratégias linguísticas são utilizadas para construir as suas identidades discursivas e sociais? Para o autor esta questão é crucial, já que “as representações incluem ou excluem atores sociais para servir os seus interesses e propósitos em relação aos leitores a quem se dirigem” (van Leeuwen, 1997: 180). Exemplificando, nem sempre

⁷¹ Para a compreensão de cada uma destas estruturas, fundamentais para a compreensão da coesão e da coerência textuais, sugere-se a leitura de van Dijk, 1997a. Na análise de notícias, estas estruturas foram fundamentais ao autor, chegando a propor um esquema superestrutural da notícia (van Dijk, 1988).

⁷² Segundo o autor, “a seleção dos significados das palavras – feita através da lexicalização – é, provavelmente, a dimensão primordial de um discurso controlado por ideologias” (van Dijk, 1997: 126).

⁷³ Sobre o sistema das estruturas modais, veja-se Halliday e Matthiessen, 2004: 146-150).

⁷⁴ Para Adriano Duarte Rodrigues, o discurso mediático é essencialmente metafórico: “A contaminação provocada pelo discurso mediático entre as diferentes modalidades discursivas é responsável pela natureza metaforizante da prática discursiva mediática. Este facto de assimilar parte da dimensão discursiva das outras instituições contribui para a função de mediação de que o discurso mediático é responsável” (Rodrigues, 2015: 35). Sobre o funcionamento da metáfora nos textos noticiosos, veja-se van Dijk, 1988: e Lits, 1996: 75.

existe coincidência entre os papéis gramaticais e os papéis discursivos e os que de facto desempenham determinados atores nas práticas sociais (por exemplo a função de sujeito de uma frase pode não coincidir com o agente). Esta constatação demonstra como o “poder” num discurso é distribuído em função da capacidade, desigual, dos atores participantes controlarem a produção de textos, a sua distribuição e o seu consumo (Pedro, 1998: 35).

A análise das representações dos atores sociais é geralmente feita com base em instrumentos de análise sintática das proposições, com particular atenção para a **transitividade**, conceito introduzido pela linguística sistémico-funcional de Halliday:

O sistema de transitividade, por exemplo, oferece um leque de opções para o significado ideacional que revela os diferentes modos que a linguagem tem para representar a experiência: como fazer, sentir, dizer ou ser (Schleppegrell, 2012: 21).⁷⁵

A transitividade permite analisar de que forma os atores sociais são representados e que tipo de ações lhes são imputadas: se surgem como agentes (sujeitos ativos das ações) ou pacientes (quando sofrem ou beneficiam das ações de outrem); se agem ou dizem, se sentem ou pensam. Halliday cria inclusive uma **tipologia de processos**: materiais, mentais, comportamentais, verbais, relacionais e existenciais (Halliday & Matthiessen, 2004: 280-282). Numa análise ao discurso racista australiano, no final da década de 90 do século XX, van Leeuwen parte precisamente desta visão sistémico-funcional,

⁷⁵ “The system of transitivity, for example, offers a range of options for ideational (content) meaning that is comprehensive of the ways language varies in presenting experience: as doing, sensing, saying, or being”. Tradução livre das autoras.

para se referir a **papéis ativos e passivos**, indo mais longe e mostrando como os discursos podem **excluir ou incluir** atores sociais. Assim, discrimina um conjunto de estratégias linguístico-gramaticais que contribuem para a exclusão de determinados atores: apagamento do agente da passiva, o recurso a orações infinitivas, os processos de nominalização. Importante também, no que à representação diz respeito, é a forma como são **nomeadas e categorizadas** estas figuras (van Leeuwen, 1997).

EXEMPLOS

Como ilustração do anteriormente exposto, refere-se uma pesquisa realizada em 2000 (Cunha, 2003:71-87) sobre a cobertura da imigração na imprensa portuguesa, onde os atores “socialmente percebidos como de origem africana”, foram identificados como pertencentes às “2.^{as} e 3.^{as} gerações de filhos de imigrantes”, muitos dos quais já nascidos em Portugal e com nacionalidade portuguesa. Estes “atores” surgiam nas peças jornalísticas, nos meses de julho e agosto (recorde-se que em julho se deu o caso do “Assalto às bombas da CREL”), em títulos de primeira página como:

REPORTAGEM NAS ZONAS PROBLEMA: VIAGEM AO INTERIOR DAS “GANGS” DA GRANDE LISBOA (*Público*, 1ª página, com fotografia, 02/07/2000);

DEZ POR CENTO DOS RECLUSOS, NA MAIORIA AFRICANOS: ESTRANGEIROS CUMPREM PENAS ALTAS EM PORTUGAL (*Público*, 1º página, com fotografia, 04/07/2000);

VÍTIMAS IDENTIFICARAM JOVENS DETIDOS PELA PSP: ACUSADOS DE ASSALTOS A GASOLINEIRAS VÃO AMANHÃ A TRIBUNAL. ONTEM REGISTRARAM-SE MAIS DOIS FURTOS (*Diário de Notícias*, 1ª página, com fotografia, 23/07/2000);

“GANG” NA CADEIA: JUIZ DETERMINA A PRISÃO PREVENTIVA DE SEIS ELEMENTOS DO “GANG” E O INTERNAMENTO DE UM MENOR NUMA CASA DE CORREÇÃO (*Diário de Notícias*, 1ª página, com fotografia, 25/07/2000) (Cunha, 2003:79).

Na mesma pesquisa, a análise mais pormenorizada dos atores aponta:

(...) para um ator social incluso (isto é, nomeado e personalizado) normalmente passivo (poucos discursos relatados na primeira pessoa quer pelo recurso a entrevistas quer por nomeação de testemunhas ou fontes) mas frequentemente determinado e diferenciado de forma relacional (através da nomeação de características socioeconómicas), por identificação física (as peças fazem referência à idade, etnia, cenário/local do acontecimento, bairro de origem, origem dos pais) e simbólica (quase sempre referência à não existência de valores). No conjunto das peças, a fotografia, que muitas vezes apresenta um discurso contrário ao discurso da peça, é um grande apoio à definição e caracterização pública do ator social. (Cunha, 2003: 79).

Vejamos, de seguida, um exemplo de uma AD a uma entrevista televisiva. No dia 2 de maio de 2020, em plena crise da COVID19 (pandemia que paralisou grande parte dos países

europeus, afetando todos os continentes), no Jornal da Noite da SIC a Ministra da Saúde, Marta Temido, foi entrevistada pelo jornalista Rodrigo Guedes de Carvalho. Esta entrevista gerou de imediato uma intensa reação nas redes sociais, por parte de espectadores que criticaram violentamente a ‘agressividade’ do jornalista, elogiando a atitude e resposta da Ministra.

Assim, procuraremos perceber o fundamento dessas críticas através de uma AD à entrevista. Seguiremos os passos acima explicitados:

1. O CONTEXTO

Esta entrevista realiza-se no dia imediato à celebração do Dia do Trabalhador (1 de maio de 2020) que, dado o contexto de estado de emergência em que se encontrava o país, desencadeado pela pandemia de COVID19, não pôde ocorrer como habitualmente. Ao abrigo do decreto presidencial, essa comemoração era abrangida como exceção, o que levou um dos maiores sindicatos nacionais afeto ao Partido Comunista Português – a CGTP – a organizar uma ação de rua na Alameda em Lisboa, com a participação de umas largas centenas de pessoas, inclusive representantes sindicais vindos de outros concelhos, numa altura em que as deslocações entre concelhos estavam interditadas pelo estado de emergência (salvo raras exceções identificadas no referido decreto).

O que as televisões transmitiram, no dia 1 de maio, foi uma performance dos sindicalistas, cumprindo o distanciamento espacial exigido pelas autoridades de saúde, empunhando as bandeiras e as tarjas habituais, como a imagem do *Expresso* abaixo reproduzida permite ilustrar. Contudo, rapidamente eclodiu, sobretudo nas redes sociais – *Facebook e Twitter* –, um coro de vozes de protesto contra aquilo que consideravam ser uma ‘irresponsabilidade’



Fig. 13 | (Fonte: Expresso.pt)

promovida pela central sindical sob a benevolência do governo e das autoridades do país.

Acresce que, antes deste episódio, já as celebrações do 25 de Abril haviam desencadeado acesa polémica no espaço público – na qual mais uma vez as redes sociais tiveram um papel preponderante – embora, neste caso, a comemoração tenha ficado confinada ao espaço da Assembleia da República.

Por outro lado, um novo dado que parece ser importante para compreender o contexto desta entrevista: o país encontrava-se no final do segundo estado de emergência e, no dia 4 de maio, entraria em vigor o estado de calamidade, iniciando-se um progressivo *desconfinamento* e abertura de alguns setores da vida económica nacional.

2. OS INTERVENIENTES

A entrevista foi emitida no canal generalista SIC e, simultaneamente, transmitida na SIC Notícias, cadeias de televisão do grupo Impresa que aumentou claramente as suas audiências no decurso da pandemia, sendo o canal mais visto pelos portugueses.⁷⁶ A esta liderança não é certamente estranho o modo como alguns *pivots* assumiram uma nova atitude perante o espaço noticioso, criando empatia emocional com os telespectadores e abandonando estratégias de conflito político e social próprias do jornalismo (Mesquita, 2003), atitude que viria a colher um amplo aplauso (mais uma vez nas redes sociais), mas também algumas vozes críticas, sobretudo por parte de uma certa elite nacional (incluindo académicos e professores de jornalismo).

No presente caso, o entrevistador foi Rodrigo Guedes de Carvalho, jornalista sénior da SIC, rosto muito conhecido dos telespectadores, que se destacou precisamente pela proximidade, criatividade e emotividade com que abria e fechava os espaços noticiosos durante a pandemia.

A entrevistada foi a Ministra da Saúde de Portugal, Marta Temido, mulher, relativamente jovem e de aspeto franzino, uma das figuras políticas centrais durante a crise pandémica, que ganhou visibilidade sobretudo pela presença assídua nas conferências de imprensa diárias do Ministério da Saúde, dando conta da evolução da situação sanitária no país.

⁷⁶ Em março, a SIC manteve-se como a estação mais vista em Portugal, terminando o mês a liderar com 19,7% de *share* contra 13,3% de *share* da TVI e 12,1% de *share* da RTP1. “No mês em que a pandemia atingiu Portugal, a SIC Notícias registou os melhores resultados de sempre em vários dias do mês e terminou este mês de março com 3.4% de *share* e um número médio de telespetadores de 84 mil indivíduos, alcançando o melhor mês de sempre do canal, destacando-se mais uma vez da concorrência (+1.2 pp que a TVI24) sempre que há acontecimentos importantes ou de última hora” (<https://www.sic.pt/maissic/2020-04-01-SIC-e-o-canal-mais-visto-em-Portugal-e-SIC-Noticias-duplica-audiencias>).

3. MEDIUM, TIPO E GÉNERO DISCURSIVO

As categorias de análise aplicadas devem adequar-se, como se disse, a estes três vetores do discurso: o *medium* de transmissão do texto, o tipo textual e o género discursivo. Trata-se de categorias com influência na dinâmica comunicacional, na construção do quadro enunciativo, muitas vezes refletido no próprio texto, e nas linguagens a que devemos estar atentos.

A entrevista em análise foi transmitida em direto no Jornal da Noite da SIC, canal de sinal aberto, em horário nobre, e durou precisamente 31 minutos. Além da dinâmica dialógica, **pergunta / resposta**, estruturante em qualquer entrevista, há que ter em consideração os **oráculos**⁷⁷ acrescentados pela produção. Nesta peça, distinguem-se dois tipos de oráculos: uns construídos a partir das declarações da entrevistada, destacando aquilo que a produção considera ser relevante nas suas respostas (nota-se que, embora entre aspas e assumidas como reproduções diretas, na maioria dos casos, as frases não correspondem com rigor às palavras da Ministra); outros cumprem a função de pauta da entrevista, acompanhando a introdução de novos tópicos de discussão e auxiliando o telespectador a seguir o desenvolvimento da entrevista (numerados de 1 a 11 na transcrição da entrevista anexa).

A análise da entrevista exige que se domine o conjunto de especificidades deste género jornalístico: trata-se de um texto cuja estrutura interna se alimenta de uma **dinâmica dialógica** (pergunta / resposta), que, à semelhança de grande parte dos géneros jornalísticos, aborda conteúdos da **atualidade** (no caso, como se referiu, a crise pandémica que afetava o país desde março), e que tem como efeito perlocutório desejado **informar os espectadores** sobre a posição da responsável máxima pela pasta da Saúde

⁷⁷ Enunciados que surgem no fundo ou no topo do ecrã durante uma emissão, geralmente em espaços informativos, que integram os dispositivos gráficos das estações de televisão, tendo uma função informativa importante (Freitas, 2019).

no governo quanto ao progressivo desconfinamento da vida dos portugueses, após o fim do estado de emergência.

Trata-se, portanto, de um processo de interação que se processa num **quadro enunciativo** complexo, uma vez que o fim último da entrevista é a informação da audiência, e que é regulado pelo próprio funcionamento do *medium* televisivo: neste processo de interação, cabe ao jornalista gerir a condução da conversa, fazendo as perguntas, determinando os silêncios, solicitando explicações que pressinta que possam beneficiar a clareza da mensagem, decidir o início e o fim da interação, nem que seja necessário interromper ou resumir as “falas” da entrevistada.⁷⁸

Na entrevista jornalística em televisão a relação entre o entrevistador e o entrevistado é uma relação assimétrica de poder, em que o jornalista possui a autoridade de questionar o entrevistado (...) esse poder é negociado e regulado através de técnicas e estratégias de poder que permitem o acesso à vez no momento da interação (Melro *et al.*, 2010: 90).

A complexidade deste quadro enunciativo, que distingue a entrevista televisiva da troca verbal do quotidiano, tem importantes consequências para a sua construção enquanto género. Na verdade, e de acordo com Martin Montgomery (Montgomery, 2010), esta característica não só determina as escolhas linguísticas dos interlocutores, que sabem estar a comunicar com uma audiência

⁷⁸ Atente-se no que explica Adriano Duarte Rodrigues sobre a complexidade do funcionamento do quadro enunciativo mediático: “no caso das interações mediatizadas, a negociação do direito a colocar perguntas e do direito de lhes responder é regulada pelo próprio dispositivo mediático, ao atribuir de antemão a cada participante o seu lugar de fala, sendo o direito a colocar perguntas reservadas a quem representa o próprio dispositivo mediático, quer sob a figura de entrevistador, quer sob a figura do moderador” (Rodrigues, 2009: 128).

muito mais vasta, mas também a sua atitude performativa da qual dependerá o escrutínio e a aceitação do público. Por outro lado, a definição prévia dos papéis que cada interlocutor ocupa, implícita num acordo prévio no âmbito da constituição deste género de interação, tem também impacto na construção temática do texto. Cabe ao entrevistador, enquanto representante institucional da cadeia de *media*, gerir o tempo, a forma e o tom da conversa, escolher tópicos a abordar, etc. A peça que aqui se analisa é uma entrevista política, que cabe na categoria do que Montgomery chama de “accountability interview” (Montgomery, 2010), subgénero definido em função da categoria do entrevistado, no caso, como se disse, a Ministra da Saúde.

Sendo uma entrevista televisiva, a análise do discurso recairá sobre o conteúdo verbal do texto, embora não possa alhear-se de um conjunto de códigos específicos do *medium* televisão: imagens, planos, oráculos e legendas, tempos e todo o aparato paraverbal e não verbal que necessariamente acompanha sempre as interações comunicacionais. O mesmo é dizer que, no processo de análise da entrevista, deve ter-se em atenção um conjunto de aspetos extralinguísticos fundamentais para a comunicação, tais como: i) os gestos; ii) a colocação da voz; iii) o tempo / ritmo(s) e a gestão do(s) silêncio(s); iv) as expressões faciais; v) a postura corporal; vi) as vocalizações.⁷⁹

Estes elementos, que tecnicamente enquadram a comunicação não verbal ou paraverbal, são signos relevantes que ditam a eficácia e o sucesso da relação comunicacional e podem dar informações importantes sobre os comportamentos discursivos dos interlocutores. No caso em análise, o tom usado pelo entrevistador – de uma agressividade indisfarçável – foi determinante para a perceção

⁷⁹ As vocalizações, assinaladas na transcrição através de parênteses retos e muito comuns em interações verbais do quotidiano, são essencialmente usadas pela entrevistada, pois, numa entrevista desta natureza, o jornalista evita-as, não só porque as suas intervenções não são espontâneas, mas também porque essas vocalizações são geralmente pouco neutrais e devem ser evitadas numa entrevista jornalística.

pública da entrevista e, em parte, responsável pelas reações generalizadas de indignação do público.⁸⁰

4. O PROBLEMA DA TRANSCRIÇÃO

Transcrever é uma operação arriscada, mas necessária sempre que se analisam objetos discursivos sem suporte escrito. Assim, o investigador deve ter presente que, ao fazer uma transcrição de um áudio ou vídeo, está a mudar o *medium* do discurso e há aspetos do discurso oral – nomeadamente os que acima considerámos fazerem parte do paradiscurso – que são dificilmente representáveis pela linguagem escrita e que têm, muitas vezes, uma carga significativa relevante (vocalizações, hesitações, repetições, pausas, silêncios, etc.). A importância destes sinais depende do objetivo e do alcance da investigação, pelo que, antes de se proceder à transcrição, deve haver uma ponderação dos elementos a recolher e a integrar.

Há software (Express Scribe,⁸¹ por exemplo) que permitem transcrições e que são especialmente importantes quando o investigador

⁸⁰ As redes sociais, especialmente o *Facebook* e *Instagram*, mas também *bloggs* e textos de opinião, foram palco de diversos comentários à forma como o pivot da SIC conduziu a entrevista, tendo gerado inclusive diversas notícias e motivado uma explicação por parte do jornalista, feita na sua conta de Instagram, através da publicação de uma imagem e de alguns comentários. Houve, naturalmente, quem viesse defender o jornalista: por exemplo, o comentador de televisão e professor universitário Eduardo Cintra Torres (“Intolerância contra o Jornalismo Normal”, https://www.cmjornal.pt/opinioao/detalhe/intolerancia-contra-o-jornalismo-normal?ref=Mais%20Sobre_BlocoMaisSobre) ou jornalistas da SIC que, escrevendo sobre o Dia da Liberdade da Imprensa, aproveitaram o espaço de opinião para defender o colega (<https://sicnoticias.pt/opinioao/2020-05-03-Felizmente-ha-luar>).

“A entrevista foi o período mais visto da televisão portuguesa com uma audiência média de 14.4 e um share de 24.9%. Cerca de 1 milhão e 363 mil telespectadores acompanharam a entrevista de Rodrigo Guedes de Carvalho a Marta Temido.” (<https://www.zapping-tv.com/audiencias-rodriogo-guedes-de-carvalho-entrevistou-marta-temido-e-o-resultado-foi-este/>)

⁸¹ <https://www.nch.com.au/scribe/index.html>

tem um *corpus* de dimensões consideráveis a transcrever. Neste caso, tratando-se de um texto único, optou-se por transcrição manual (para a qual são suficientes um computador e uns bons auriculares).

Existem diferentes estilos de transcrição,⁸² uns mais literais, outros que usam sinalética própria para assinalar as vocalizações e prosódia do discurso oral. Neste caso, optou-se por uma transcrição literal, numerando as deixas locucionais e representando entre parêntesis retos os elementos vocais paradiscursivos, bem como as repetições e hesitações (Ver Anexo).

5. ESTRUTURA TEXTUAL: ABERTURA E FECHO

Numa entrevista, tal como numa interação conversacional, há dois momentos importantes: a abertura e o fecho. São eles que, embora respondendo a rituais pré-definidos do género discursivo em causa, permitem compreender o tipo de relação discursiva estabelecida e os papéis dos interlocutores. Correspondem a intervenções fáticas que, segundo Paulo Silva apoiado em Michel Adam, “são as que se inserem nos rituais de abertura e de fechamento da sequência dialogal” e cuja dimensão varia “com a situação enunciação (...) e com os padrões socioculturais da comunidade em que se está” (Silva, 2012: 172).

A **abertura** da entrevista à Ministra da Saúde é muito breve e discreta: em duas frases, o jornalista apresenta a entrevistada, enunciando primeiro a função que ocupa – Ministra da Saúde – seguida do nome pelo qual é conhecida publicamente – Marta Temido –, e cumprimenta-a usando uma fórmula cordial (“Boa noite e bem-vinda a este jornal” (1)). Esta forma de apresentação e identificação cria determinadas expectativas no telespectador

⁸² Cf. <https://weloty.com/how-to-transcribe-an-interview-for-dissertation-part-2/>

que sabe que vai ouvir uma alta responsável governamental a prestar contas sobre um grave problema sanitário.

Após este brevíssimo *incipit* formal, o *pivot* apresenta à sua entrevistada o objetivo da interação, usando, para o efeito, uma primeira pessoa do plural (“**vamos naturalmente fazer** uma espécie de balanço de dois meses” (3,4)). A formulação da primeira pergunta – que inicia o corpo da entrevista – merece algumas observações: é antecedida por uma breve pausa, inicia-se por uma conjunção adversativa (“**mas** eu começava precisamente por um acontecimento recente” (4)), há a mudança de pessoa verbal para a 1.^a do singular e o recurso a um verbo do registo informal (“[...] o que é que **achou** da forma da celebração da CGTP em Lisboa?” (5-6)). Ao pedir a opinião da Ministra sobre a comemoração do 1.^o de Maio pela CGTP, evocando um assunto controverso da atualidade, o entrevistador lança a **agenda** e o **tom** da entrevista, procura **prender a atenção** do telespectador e, ao mesmo tempo, define o seu papel de representante da voz do cidadão e escrutinador dos poderes públicos. Rapidamente fica claro que o “nós” inicial foi tão só uma fórmula de cortesia ritualizada, pois que a entrevista será a ‘disputa’ entre nós (jornalista /cidadãos) e vós (a Ministra /Diretora Geral de Saúde/ Governo).

Relativamente ao **fecho** da entrevista, recupera-se a cordialidade formal de uma entrevista e cabe, uma vez mais, ao entrevistador – no seu papel de representante da cadeia de televisão para a qual trabalha – agradecer à entrevistada a presença em estúdio. No caso em apreço, em contraste com o tom agressivo que predominou ao longo da entrevista, mas sobretudo na sua primeira parte, o jornalista dirige-se à entrevistada através do cargo que ocupa (Senhora Ministra), elogia e agradece o seu “trabalho” e exprime a intenção de voltar a fazer novos balanços no futuro.

6. TEMAS OU TÓPICOS

Refletindo os aspetos supramencionados, esta entrevista privilegiou, sobretudo, **tópicos conflituais**, a maioria dos quais vinham gerando acesas discussões públicas, quer por parte de comentadores e líderes partidários, quer, sobretudo, por cidadãos nas redes sociais. Esta é, aliás, uma característica deste tipo de entrevistas com representantes políticos: alimentam-se das notícias do momento – perante as quais os responsáveis são chamados a justificarem-se – e geram novas notícias, geralmente aproveitadas pelos *media* logo após a entrevista (Montgomery, 2010), e, mais recentemente, abrem diversos espaços de análise e opinião pelos comentadores habituais.

Como se disse, a **macroestrutura do texto** é assinalada aos telespectadores pelos 11 oráculos (no texto da transcrição, inserem-se estes enunciados no local em que surgem no ecrã, devidamente assinalados a negrito), a partir dos quais podemos extrair as seguintes temáticas:

1. A **celebração do 1.º de Maio pela CGTP**, que ocupa cerca de um terço da entrevista (9 minutos e 39 segundos), e que se desdobra em dois tópicos (ilustrados nos oráculos 2 e 3);
2. A **retoma dos jogos de futebol da 1.ª Liga** (que se desdobra nos oráculos 4 e 5)
3. A **obrigatoriedade de uso de máscara**
4. Os **testes** de despiste
5. A **nova realidade do SNS** (que se desdobra nos oráculos 8, 9 e 10)
6. O **Risco de transmissibilidade** em Portugal

A sequência dos temas, os tópicos que suscitam e a forma como se encadeiam as perguntas são, como é de regra, da responsabilidade do entrevistador, que assume claramente a função

de *vox populi* e de inquiridor dos poderes instalados (Mesquita, 2003). Quer a seleção dos assuntos abordados (sobretudo temas conflituantes ou fraturantes, como a celebração em causa, o cancelamento das celebrações religiosas do 13 de Maio, o reinício dos jogos de futebol da 1.ª Liga, o uso obrigatório de máscaras, a precariedade de condições do SNS), quer o carácter judicativo das questões (a maioria das quais com inclinação argumentativa), quer ainda o tom com que conduziu sobretudo a primeira parte da entrevista (em que se nota um claro crescendo de tensão, patente no conjunto de interrupções e discursos simultâneos, bem como no nervosismo visível nos gestos e no tom de voz do entrevistador e na assertividade das respostas da entrevistada) são aspetos fundamentais para a construção das subjetividades discursivas e para a compreensão dos papéis assumidos pelos interlocutores.

Sublinhe-se, contudo, que, tendo em conta as expectativas inerentes a uma entrevista com a responsável pela pasta da Saúde, se assiste a um **desvio temático**, aliás implicitamente reconhecido pela adversativa com que o *pivot* lança a primeira “questão” e a que já nos referimos. Dos temas acima elencados, aquele que verdadeiramente seria pertinente abordar com a responsável política máxima da Saúde em Portugal é o penúltimo (n.º 5), que é guardado para a parte final, ocupando apenas 9 minutos numa entrevista superior a meia hora. A realidade do SNS é, na verdade, o único tema com dimensão política que merecia ter sido discutido e desenvolvido com a Ministra da Saúde. As temáticas centrais da entrevista – ou seja, as que ocuparam **mais tempo** e que foram abordadas em **momentos-chave** da entrevista (início e final) – dizem respeito a universos sem a dimensão política institucional ajustada à entrevistada: sejam os temas que partiram de factos que geraram polémica em determinados setores políticos com reflexos nas redes sociais (n.ºs 1, 2), sejam as que, não obstante

dizerem respeito a aspetos de saúde pública, implicavam uma dimensão técnica e também “polémica”, mais adequadas à DGS ou à equipa de peritos do Dispositivo de Saúde Pública (ativado pela DGS em março de 2020), como, por exemplo, o uso de máscaras, a realização de testes ou o risco de transmissibilidade.

7. DIMENSÃO SEMÂNTICA E RETÓRICA

Do ponto de vista da análise semântica, há três estratégias discursivas relevantes que contribuem para reforçar aquilo que a análise temática deixa antever: o jornalista que conduziu a entrevista formulou as perguntas e fez declarações de carácter opinativo, transformando a interlocução num duelo tenso, mais característico de um debate parlamentar entre iguais do que de uma entrevista televisiva entre um jornalista – que devia ter como fim último o esclarecimento da sua audiência – e um responsável ministerial. Rodrigo Guedes de Carvalho, ao assumir esta postura, atropelou princípios jornalísticos básicos – nomeadamente a imparcialidade e o devido distanciamento – e subverteu o objetivo subjacente à peça: esclarecer a opinião pública acerca das estratégias empreendidas pelo Ministério da Saúde e pela Direcção Geral da Saúde (DGS), na pessoa da ministra da tutela, Marta Temido. Daremos, assim, atenção aos seguintes três aspetos cuja análise permite refletir o que se disse: pressuposições; lexicalização e modalidade.

Cada questão colocada sobre o tema de abertura versa sobre argumentos contrários à iniciativa da central sindical: as regras de saúde pública, o número de celebrantes, o paralelismo com a celebração simbólica do 25 de Abril, a mobilidade entre concelhos, a excecionalidade privilégio da CGTP por oposição a todos os outros portugueses. As perguntas tinham, assim, um propósito judicativo, manifestando a opinião do jornalista em claro confronto com as explicações dadas pela entrevistada.

A pergunta de abertura, sobre a celebração do 1º de Maio, tinha o objetivo de colocar em causa as medidas avançadas pela DGS e o Ministério da Saúde, tais como: as regras de saúde pública, a aglomeração de pessoas, a mobilidade entre concelhos no estado de emergência em vigor. Isto é, mostrar a exceção e o privilégio da CGTP, por oposição a todos os outros portugueses, e a todas as outras instituições, como a Igreja, desautorizando a ministra que tutela a pasta e pondo-a em situação de fragilidade política. A pergunta tinha, assim, um propósito judicativo, manifestando a opinião do jornalista em claro confronto com as explicações dadas pela entrevistada. Esse viés está bem patente num conjunto de estratégias discursivas e paradiscursivas: asserções e **pressuposições, expressão de ponto de vista** em clara oposição com a entrevistada (o que conduziu a diversos atropelos ao discurso da entrevistada, interrupções e falas simultâneas), o recurso a adversativas e a **lexicalização**.

Ilustremos com um exemplo concreto. Esta é a primeira sequência de perguntas / respostas sobre a temática 1 – celebração do Dia do Trabalhador pela CGTP:

01 | **Pivot:** É altura para a entrevista com a Ministra da Saúde, Marta Temido.

Boa noite e bem-vinda a este jornal.

02 | **Ministra:** Olá, boa noite.

03 | **Pivot:** Espero ter tempo porque são [...] são muitos assuntos que estes dois meses nos trouxeram e vamos naturalmente fazer uma espécie de balanço de dois meses porque estamos precisamente no dia 2 [...] mas eu começava precisamente por um acontecimento recente [...] o que é que achou da forma da celebração da CGTP em 61 Lisboa?

(ORÁCULO1: 1.º DE MAIO COM CENTENAS DE PARTICIPANTES)

- 04 | **Ministra:** Estava em linha com aquilo que foi a excecionalidade prevista no decreto presidencial que se referia ao estado de emergência e que contemplava uma exceção para a celebração do Dia do Trabalhador [haaaaa...] e que referia que deveriam ser respeitadas regras de distanciamento e regras sanitárias indicadas pela Direção Geral de Saúde.
- 05 | **Pivot:** **Não, na verdade,** o decreto **coloca nas suas mãos e da Diretora Geral da Saúde** definir as regras. Diz apenas que essa comemoração deve ter em conta os limites de saúde pública.
- 06 | **Ministra:** [hum hum...]
- 07 | **Pivot:** No limite, **foram a senhora e a Diretora Geral da Saúde que acharam** que aquela celebração se podia **fazer assim** [...] mas são cerca de **mil pessoas** [...]
- 08 | **Ministra:** Quem estabeleceu os limites, as condições em que a celebração foi efetuada foi a estrutura sindical que optou por esta forma de celebração [...] outras estruturas [...] (esta estrutura sindical não é a única) outras estruturas 18 sindicais optaram por outras formas de celebração. Aquilo que o decreto presidencial referia era a possibilidade de, mesmo em estado de emergência, haver um assinalar do dia. O que dizia era
- 09 | **Pivot:** dentro das regras [...] dentro das regras
- 10 | **Ministra:** que as regras sanitárias tinham de ser estabelecidas pelas autoridades de saúde competentes e, portanto, as autoridades de saúde competentes [haaaa] avaliaram a situação e impuseram determinadas restrições que são conhecidas por todos: o distanciamento, a proteção, a [...] o evitar de [de... de] multidões, de [de] aglomerações de pessoas, tanto quanto
- 11 | **Pivot:** e **acha que o que se viu ali não foi uma multidão, nem uma aglomeração de pessoas?!**
- 12 | **Ministra:** Tanto [...] foi um número significativo de pessoas superior àquilo que é o número regra, mas um número enquadrado dentro daquilo que era a sinalização de uma data. Sei que há quem gostasse

que tivesse sido de outra maneira, sei que outras estruturas sindicais optaram por fazer as suas... a celebração de uma outra maneira e provavelmente há muitas versões contrá

13 | **Pivot:** então porque é que não deixou vir pessoas para rua no 25 de Abril?

14 | **Ministra:** muitas opiniões contraditórias sobre esta

15 | **Pivot:** porque é que não deixou vir pessoas para rua no 25 de Abril?

16 | **Ministra:** o que me parece relevante é que [haaa...] a forma [haaa...] como foi possível de facto assinalar o dia... foi ordeira, foi pacífica, e o que eu gostaria de sinalizar é que não tivemos, por exemplo, eventos [haaa...] [com] [com], com distúrbios, como aconteceu noutros países europeus.

17 | **Pivot:** Sim, **mas uma coisa não tem nada a ver com a outra.** Eu estou a falar de saúde pública, não estou a falar de intervenções policiais. Falou-me no decreto de estado de emergência

18 | **Ministra:** [hum hum]

19 | **Pivot:** onde nada se refere a exceções de cidadãos nestes três dias passarem de concelho para concelho. **E, no entanto, à frente de toda a gente, vieram camionetas, pelo menos do Seixal** e de outros locais.

20 | **Ministra:** [hum hum]

21 | **Pivot:** Não era possível a CGTP ter feito uma manifestação só com pessoas do concelho de Lisboa, que é bastante grande?

22 | **Ministra:** Isso é algo que tem que perguntar à CGTP... O Ministério da Saúde, as autoridades de saúde o que têm que definir são regras para a realização de determinadas iniciativas nos termos em que os poderes democráticos as aprovem. O senhor Presidente da República, o Governo, a Assembleia da República entenderam que o Dia do Trabalhador devia ser sinalizado. Houve uma estrutura que entendeu ter pessoas na rua dentro de determinadas regras que são as regras sanitárias que temos estabelecidas... Pode-se concordar mais, pode-se concordar menos, pode-se achar que poderia ter sido feito

- 23 | **Pivot:** isso não é uma questão de concordar ou deixar de concordar... estou a perguntar-lhe se nestes três dias 1, 2 e 3 foi ou não proibido pelo Presidente da República que as pessoas se desloquem para fora dos seus concelhos?
- 24 | **Ministra:** Não! Foi pelo Governo
- 25 | **Pivot:** ou pelo Governo...
- 26 | **Ministra:** Sim. Foi estabelecido que [haaa], durante estes três dias
- 27 | **Pivot:** e no entanto...
- 28 | **Ministra:** que são dias que naturalmente num contexto normal aproveitá-
ríamos para visitar amigos, para visitar família, para passar à
beira mar
- 29 | **Pivot:** e que outras pessoas não puderam fazer
- 30 | **Ministra:** Bom, eu acho que o que estamos aqui a falar é de indivíduos e dos
seus gostos pessoais ou de um... de uma entidade que, para todos
os efeitos, é uma entidade representativa dos trabalhadores e que
entendeu fazer uma sinalização do Dia do Trabalhador...
- 31 | **Pivot:** mas porque é que tem mais direitos que os outros portugueses?
- 32 | **Ministra:** As instituições têm sempre uma outra forma de representação social
que os indivíduos não têm [...] poder-se-á dizer porque é que o Natal
é mais importante do que o aniversário de qualquer um de nós indi-
vidualmente considerado?! Porquê? Porque são momentos sociais
- 33 | **Pivot:** e acha que
- 34 | **Ministra:** com determinado relevo
- 35 | **Pivot:** acha que a Igreja católica é uma instituição?
- 36 | **Ministra:** Naturalmente.
- 37 | **Pivot:** Porque é que em Fátima, que é um espaço muito maior do que a
Alameda, em Lisboa, não se pode aplicar estas regras das filas bem
separadas e as pessoas ficarem bem afastadas umas das outras?
- 38 | **Ministra:** Mas, é possível que se possam aplicar essas regras...
- 39 | **Pivot:** Ah ainda é possível?!

Esta sequência ilustra bem o **crescendo de tensão** entre os interlocutores e a dinâmica argumentativa do diálogo, pouco consentânea com a de uma entrevista jornalística. O pivot para a entrevista com o claro propósito pôr em causa a coerência do Governo ao autorizar esta iniciativa, procurando transformar-se em caixa de ressonância da polémica que inflamou as redes sociais. Só assim se justifica que o tema ocupe um terço do tempo de entrevista, que dele emanem outros tópicos igualmente polémicos e que a maior parte das sobreposições de fala se dê nesta parte da interação. Depois da primeira resposta da Ministra da Saúde, que havia sido convidada a dar a sua opinião sobre o facto, respaldando-a na “excecionalidade prevista no decreto presidencial”, o jornalista, interrompendo o discurso da entrevistada, não se coíbe de rebater a sua opinião, num crescendo de agressividade (que não é o mesmo que assertividade) que, perversamente, lhe deu o protagonismo que um entrevistador não deve ter:

- **nega a veracidade** das declarações da entrevistada, reforçando a sua afirmação com o articulador “na verdade”;
- reforça o seu argumento, em **tom acusatório**, através do recurso à ordem marcada do discurso e à assertividade (“foram a senhora e a Diretora Geral da Saúde que”);
- **emite opinião**, recorrendo: a um coloquial deítico “assim”, seguido de uma adversativa e da força do número (“mas... mil pessoas”);
- **recorre** à lexicalização (“multidão”, “aglomeração”);
- usa um registo coloquial, pouco adequado à formalidade da entrevista, e falácias argumentativas: “**isso não é uma questão de concordar ou deixar de concordar**” (note-se, mais uma vez, o recurso ao deítico indefinido); “**mas porque é que tem mais direitos que os outros portugueses?**”

(falácia argumentativa que emana do discurso populista e demagógico das redes sociais).

- explora a ironia (“**Ah ainda é possível?!**”)

Uma terceira área de análise que permite aprofundar a análise do discurso desta entrevista diz respeito à retórica. Aqui, considera-se pertinente ponderar três aspetos: o tom, o registo discursivo e as figuras de retórica (sobretudo a ironia, a metáfora e a hipérbole).

Embora a análise neste contexto se baseie, sobretudo, na transcrição verbal da entrevista emitida, não deve obliterar-se que, na sua base, está um texto audiovisual, emitido em direto, no qual há um conjunto de sinais paraverbais com valor significativo equivalente ao das palavras, como acontece em qualquer interação verbal do nosso quotidiano. Alguns desses sinais são tão-só decorrentes do fluxo oral, como certas pausas, repetições de palavras, frases truncadas – assinalados entre parêntesis retos na transcrição – e não têm propriamente relevância para esta análise discursiva.

Contudo, outros há que suscitam interpretação porque contribuem para o tom geral do discurso e são significativamente relevantes. Um deles é o **registo discursivo**. Embora estejamos perante uma interação oral, na qual é admissível um **registo mais informal**, deteta-se, sobretudo por parte do entrevistador, o uso de um **estilo coloquial** excessivamente familiar, pouco adequado a uma entrevista televisiva com uma alta responsável governamental.

Veja-se o seguinte fragmento:

- 89 | **Pivot:** Neste momento estamos na fase da máscara, portanto, vamos todos
usar máscara, porque
- 90 | **Ministra:** Não.
- 91 | **Pivot:** porque a proteção é sempre melhor que nada.
- 92 | **Ministra:** Não é bem assim.
- 93 | **Pivot:** Não é bem assim?!
- 94 | **Ministra:** Não é bem assim. Nós os dois, por exemplo, hoje estamos aqui
sem máscara e se for amanhã também estaremos sem máscara.
Porquê? Porque temos aqui uma distância entre nós, não está
mais ninguém à nossa volta.
- 95 | **Pivot:** Não, mas podíamos também fazer esta entrevista de máscara e aí
estariamos mais protegidos, ou não?
- 96 | **Ministra:** Não, porque quer eu, quer o entrevistador, neste caso, estamos
a uma distância em que, em princípio, nada daquilo que é o nosso
contacto acontece.
- 97 | **Pivot:** Bem, senhora Ministra em que é que ficamos? Aconselha os portu-
gueses a usar máscara ou não?

Neste excerto, ficam bem claras as marcas discursivas a que nos referimos, terminando inclusive com a fórmula familiar e muito pouco cordial “Bem, Senhora Ministra, em que é que ficamos?” O tópico de discussão, nesta sequência, é o uso de máscaras de proteção individual pela população, também assunto polémico pelo facto de a DGS, seguindo os protocolos emanados pela OMS, ter desaconselhado o uso generalizado de máscaras no início do surto epidémico no país. Também neste ponto, o entrevistador explora a controvérsia, desde logo pelo modo como introduz a questão: “Esta questão é absolutamente fundamental para os portugueses que estão muito confusos. Eu gostaria de começar no início, ou seja, o que é que, o que é que se passou no início para a posição oficial ser a de ‘não use máscaras porque isso é ainda mais perigoso?’” (85) Não só parte

de um pressuposto de senso comum – de que “os portugueses estão muito confusos” – como formula a questão recorrendo a uma modalidade de discurso direto, acentuando a disparidade de diretivas das autoridades de saúde.

Também ao nível do registo e do estilo, portanto, esta entrevista é desviante relativamente às convenções do género: a contaminação do discurso mais institucional e formal por fórmulas conversacionais do quotidiano (interjeições, uso reiterado de deícticos, ironia). Não obstante, autores como Norman Fairclough já há algumas décadas estudaram este fenómeno, recorrendo ao conceito de tecnologização do discurso:

a aplicação destas técnicas “descontextualizadas” a uma diversidade de contextos institucionais contribui para criar um efeito generalizado de “colonização” das ordens do discurso local institucional por parte de um certo tipo de discursos importantes em termos culturais – o discurso publicitário e empresarial, o discurso do marketing, o aconselhamento e, é claro, as entrevistas (...) a abertura de fronteiras entre o privado e o institucional, a apropriação institucional dos recursos conversacionais, a conversacionalização e a aparente democratização do discurso institucional (...) são características intrínsecas à tecnologização do discurso (Fairclough, 1997: 92).

Segundo alguns autores, esta é mesmo uma tendência do registo discursivo adotado pelas entrevistas políticas, o que é sintoma de uma mudança de paradigma do discurso noticioso que recorre a mecanismos de dramatização, explorando a notícia como o resultado de um processo discursivo interacional e dialógico orquestrado pela empresa mediática (Montgomery, 2010: 348).

IV.

DESAFIOS DA ANÁLISE DOS *MEDIA* SOCIAIS

O ecossistema mediático alterou-se radicalmente com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, em geral, da comunicação móvel, e dos *media* sociais, em particular. O impacto destas transformações, no quotidiano, é acentuado pela imprecisão de fronteiras entre telecomunicações, redes móveis, redes sociais, dispositivos, aplicações, ferramentas ou sítios, embora os efeitos na sociedade estejam visíveis nas suas dinâmicas, com relevância para a conectividade entre indivíduos, instituições e organismos.

A este cenário acrescem contínuas aquisições no domínio das tecnologias de informação e comunicação, como as que presidiram à passagem das redes digitais 3G (terceira geração de *internet* móvel) para 4G (quarta geração de *internet* móvel) e a atual fase de implementação da rede 5G (quinta geração de *internet* móvel). Estas redes móveis digitais permitem conectividades infinitas e geram inúmeros dados de forma automática, a partir do uso de determinados dispositivos e recursos – *facilities* – no quotidiano, sem o consentimento explícito ou consentido dos cidadãos. Note-se que a implantação da rede 5G está, ainda, associada à capacidade de gerir bancos de dados que permitam atividades como o desenvolvimento de mobilidades sem condutor humano, a robótica e a *internet* das coisas. Todas estas aquisições tecnológicas implicarão mudanças substanciais no quotidiano das sociedades mundiais.

As redes móveis captam dados, públicos e privados, para desenvolver, com base na IA (inteligência artificial) novos produtos, como a já referida *internet* das coisas ou a robótica. Apropriam-se, também, de dados dos *media* sociais, criando perfis do utilizador, oferecendo geolocalização, sugerindo determinados consumos ou condicionando comportamentos. Os dados são gerados, no quotidiano, a partir de atividades como ir ao supermercado, ao cinema ou abastecer um veículo, utilizar um cartão bancário,

passar por uma câmara de segurança ou por uma portagem. Um exemplo concreto deste fenómeno quotidiano são as mobilidades: sempre que o cidadão viaja, oferece às redes a sua localização, os materiais que recolhe (como fotografias, vídeos e outros) e, em simultâneo, recebe, no seu telemóvel, coordenadas geográficas, informações horárias e meteorológicas, mas também, indicações sobre monumentos a visitar, experiências a ter ou restaurantes da proximidade. Paralelamente, o acesso das empresas tecnológicas a estes dados faz com que os cidadãos se encontrem, progressivamente, desprovidos de privacidade e constantemente monitorizados. Estes dados podem ainda ser disponibilizados a outras empresas privadas ou ao Estado, circunstâncias que permitem usos múltiplos, nomeadamente o acentuar da vigilância social, como aconteceu na pandemia de COVID19.

Os dados anteriormente referidos – designados em conjunto por *big data* – acumulam-se em bases de dados e são, posteriormente, utilizados, caso não haja medidas de regulação efetivas para determinados fins, nomeadamente comerciais e políticos, como já se viu em diferentes circunstâncias recentes da vida democrática de nações.

Há, ainda, um outro conjunto de dados, que está associado à ocupação e gestão do espaço público e às diversas formas de *e.governo*, controladas pelos Estados, que proporcionam o acesso às plataformas de serviços públicos e aos documentos digitalizados, de proveniência pública e privada. Este conjunto de dados abertos, que se encontra na posse de entidades públicas, mas também privadas, é gerado, maioritariamente, por organismos de interesse público, como as finanças, as conservatórias de registo predial, as entidades ligadas aos transportes, a gestão do abastecimento de água, as instituições de ensino, saúde e justiça, entre outros. Há também um crescente volume de dados privados, advindos do uso de redes sociais, tais como

o *Facebook*, o *Twitter*, *WhatsApp* e outros, que permitem aferir perfis de consumo e tendências face, por exemplo, à política, à alimentação, à mobilidade, aos cuidados de saúde, entretenimento ou turismo.

Os *media* sociais apresentam-se, também, como serviços, com base na *web*, que permitem aos indivíduos, comunidades e organizações, colaborar, conectar, interagir e construir outras comunidades, habilitando-as, por sua vez, a criar, cocriar, modificar, partilhar e envolver-se com outros conteúdos gerados por quaisquer utilizadores. Estes conteúdos apresentam-se sob a forma de imagem, texto, vídeos e dados de situação, como por exemplo a geolocalização. A China utiliza massivamente os dispositivos de localização individual com o objetivo de vigiar e controlar, não só conteúdos produzidos e partilhados, como deslocações de migrantes no seu território. Porém, é também por meio da geolocalização que se desenvolveram aplicativos que permitem rastrear pessoas com pulseiras eletrónicas, em prisão domiciliária, ou doentes infetados com Covid19.

Neste contexto, definir os *media* sociais é uma tarefa em constante atualização, por estarem vinculados ao desenvolvimento dos dispositivos tecnológicos, mas também por envolverem mudanças e adaptações permanentes das práticas quotidianas. Assim, o que se entende por *media* sociais está circunscrito temporal, espacial e tecnologicamente, e está sujeito a transformações constantes (Papacharissi, 2015). O que distingue estes *media* é a sua efetiva conectividade, dado que todos os *media* são sociais, mas apenas uma parte se define, pela sua capacidade de sociabilidade, e é nesta característica que reside o fator distintivo entre os *media* sociais e os *media mainstream*, como a imprensa, a rádio ou a televisão. Contudo, é a tipologia das plataformas tecnológicas que tendem a enfatizar o âmbito e alcance da sociabilidade. Por exemplo, o *Twitter* é, prioritariamente, utilizado como rede de

informação, em detrimento da sua potencial função de *media* social (McCay-Peet & Quan-Haase, 2019).

Identificam-se os seguintes tipos de *media* sociais: sítios de redes sociais, como o *Facebook* ou o *Linkedin*; *Microblogging*, como o *Twitter* ou o *Tumblr*; *Blogs* e *Forum*, como o *LiveJournal* e *Wordpress*; partilha de *Media*, como o *Youtube* ou o *Pinterest*; notícias sociais, que permitem, por exemplo, aos utilizadores votarem em determinadas notícias e elegê-las de forma partilhada, atribuindo-lhes proeminência; autorias colaborativas, como por exemplo *Wikipedia* e o *Google Docs*; *Web* conferências, por exemplo o *Skype* e *GoToMeeting*; sítios que privilegiam a geolocalização, tal como o *Tinder*; sítios de Agendamentos, tais como o *Doodle*, *Google Calendar* ou *Microsoft Outlook* (McCay-Peet & Quan-Haase, 2019: 18).

Este contexto constitui um desafio às Ciências Sociais – que sempre olharam para os indivíduos no sentido de identificar atributos e características determinantes de comportamentos e identidades – que são, agora, confrontadas com os fenómenos desta nova sociabilidade, fundada em modelos relacionais e de interação. Não quer isto dizer que teorias, conceitos e metodologias das Ciências Sociais devam ser esquecidos ou abandonados, mas devem seguramente ser trabalhados e repensados, tendo em conta estas novas realidades que obrigam a uma reorientação face à análise dos fenómenos sociais, temas que a seguir serão abordados.

1.

INVESTIGAR OS *MEDIA* SOCIAIS

A relevância da investigação sobre os *media* sociais corresponde ao seu papel onnipresente, complexo e interventivo na sociedade, permitindo novas formas de sociabilidade e de mediação com base no desenvolvimento, acesso e uso de plataformas. Estas circunstâncias alteraram o debate público, a disseminação, a partilha e a troca de informações pessoais – com recurso a imagens, textos, vídeos e georreferências – que, por sua vez, geram, alimentam e disponibilizam um número elevado de dados. O interesse pela investigação dos fenómenos originados deste modo cresceu em consonância com a sua interferência na “vida real”, na medida em que se tornou visível que um grande número de cidadãos age e interage, a partir de eventos que ocorrem fora dela. Os contextos políticos, económicos, sociais e pessoais são, por esta razão, muito importantes na interpretação e compreensão da análise das redes sociais, como por exemplo, nas Primaveras Árabes (2011), nas manifestações contra as políticas de austeridade em Portugal (2012), no referendo ao Brexit no Reino Unido (2015) ou nas eleições presidenciais nos Estados Unidos, em 2016, e no Brasil em 2018. A pandemia que se instalou no mundo, nos finais de 2019 e no ano de 2020, aprofundou o uso das tecnologias de informação e comunicação e promoveu, de forma definitiva, uma sociedade e uma sociabilidade digital.

As características dos *media* sociais, as interações que permitem e os dados que produzem têm, necessariamente, impacto nas metodologias e métodos de investigação a utilizar, nomeadamente, na forma como se pensa sobre os dados e a relação que estabelecem com a sociedade e o mundo. Contrariamente aos princípios metodológicos que fundamentam a análise de fenómenos nos *media mainstream*, que são circunscritos e finitos e dependem da observação delimitada pelo investigador, os dados dos *media* sociais são acidentais. Quer dizer que estão sempre a multiplicar-se e a diversificar-se, independentemente de uma qualquer investigação em curso. Acresce que os *media* sociais são, fundamentalmente, caracterizados por três aspectos: **i) multiplicação de conteúdos e linguagens**, pois permitem aos utilizadores a geração de conteúdos, em formatos de imagem, texto, vídeo e geolocalização; **ii) conexão**, pois fornecem meios aos utilizadores para se conectarem; **iii) redes**, ao oferecerem suporte à conexão dos seus membros, com vista à colaboração, construção de grupos e comunidades, partilha de conteúdos e ligações com outros meios. Estas características envolvem, por sua vez, desafios à investigação sobre os e nos *media* sociais, que levantam questões metodológicas, éticas e de escala.

Assim, os desafios metodológicos que se colocam à análise do funcionamento dos *media* sociais deverão implicar estratégias de recolha, análise e visualização, bem como contemplar a natureza técnica e comercial das plataformas e as características dos dados. As tarefas de recolha são particularmente difíceis e onerosas, na medida em que os dados são produzidos e pertencem a empresas ou a organismos públicos, estão sujeitos a normas de privacidade e exigem *softwares* específicos de captura e tratamento. Aceder a estes dados implica pagamentos, licenças de utilização e tecnologias específicas de recolha e tratamento. Embora haja *softwares* de *open access* a sua capacidade é,

normalmente, limitada. Por outro lado, há uma circulação de conteúdos e discursos, entre plataformas, que dificulta a identificação do momento (tempo), do lugar (espaço) e do(s) ator(es), que são os seus criador(es) ou produtor(es). A estas dificuldades acresce que os fluxos de dados produzidos são, periodicamente, retirados ou apagados nas plataformas, o que exige planeamento antecipado das pesquisas e limita a possibilidade de se obter séries de dados e de realizar estudos retrospectivos.

A investigação sobre os e nos *media* sociais exige, ainda, na sua fase inicial, opções relativamente à circunscrição do *corpus* de análise, que se traduzem na capacidade de analisar grande quantidade de dados (*big data*) ou dados limitados a uma amostra (*small data*). Entre os *big data* e os *small data* existem diferenças não só quanto aos dispositivos de recolha e tratamento, quanto à sua quantidade e qualidade, mas também ao volume, exaustividade, resolução e indexação, relacionalidade, variedade e flexibilidade destes dados (Sloan & Quan-Haase, 2017: 5). Trata-se, principalmente, de questões de escala na investigação – *corpus* fundado em *small data* ou em *big data*? –, que envolvem desafios inerentes ao volume de dados produzido; à sua variedade multimodal, que compreende texto, imagens, vídeos, áudio e referências geoespaciais; à velocidade com que são produzidos, partilhados e se situam face aos eventos do mundo real. Salienta-se, também, que, enquanto os *big data* permitem o acesso a um universo, os *small data* constituem amostras selecionadas em função de determinados interesses de pesquisa, inicialmente enunciados a partir de hipóteses e perguntas de partida. Qualquer que seja a opção, colocam-se questões éticas no domínio da investigação, como a salvaguarda da privacidade dos dados; a capacidade de obter consentimento informado e o anonimato; a responsabilidade na utilização e a veracidade quanto à recolha, tratamento e divulgação de resultados.

As características inerentes aos *media* sociais implicam, por sua vez, que se repense a organização, por áreas disciplinares, nas Ciências Sociais e também nas Humanidades (Omena, 2019). Na verdade, qualquer pesquisa que se debruce sobre os *media* sociais implica, teorias, conceitos e princípios metodológicos advindos dessas áreas. Por exemplo, teorias e conceitos da Psicologia, da Sociologia, da Comunicação, da Ciência Política ou da Antropologia, mas também da Linguística e da Narratologia, são convocados para que seja possível estudar a “apresentação do eu”, ou a “ação e participação social”. Desta forma, por exemplo, pode-se compreender os conteúdos postados, os *likes* e *dislikes* de contas de *Facebook* ou do *Instagram*. Também não é possível entender os “contextos de ação” nas redes sociais sem elementos de História e Geografia Política. Por exemplo, sem conhecimento da política norte-americana e do papel dos Estados Unidos no mundo não é possível apreender a dimensão do impacto dos *tweets* do presidente norte-americano Donald Trump. Aprofundando ainda os exemplos anteriores, para compreender os conteúdos postados, caso sejam pequenos textos, é necessário convocar conhecimentos de Linguística, Narratologia e outros, ou ainda, caso sejam imagens, mobilizar teorias e conceitos de análise semiótica, fílmica ou iconográfica. Para terminar, pode ser, ainda, conveniente realizar uma análise de *sentimentos dos textos*, entendendo que esta é uma área de estudo ativa, no campo do processamento da linguagem natural, que analisa as opiniões, sentimentos, avaliações, atitudes e emoções das pessoas, por meio do tratamento da subjetividade do texto.

Todos estes desafios, que apresentam complexidades variáveis, têm subjacentes as questões de programação algorítmica e de gestão dos dispositivos informáticos, que condicionam o funcionamento dos *media* sociais, incluindo os conteúdos publicados e a relevância atribuída a determinadas informações.

São igualmente imprescindíveis recursos informáticos, nomeadamente *softwares* vocacionados para a análise dos *media* sociais, como o Keyhole (<https://keyhole.co/>) para o *Twitter*, que permite coletar todas as publicações de usuários específicos (contas públicas) ou as publicações com *hashtags* ou expressões indicadas, ou o Buzzsumo (<https://app.buzzsumo.com/content/facebook>), para a análise dos posts do *Facebook* (Wilson, Gosling & Graham, 2012). A investigação sobre os *media* sociais necessita, deste modo, ter em consideração estas circunstâncias e, neste sentido, obriga à constituição de equipas multidisciplinares, que integrem, para além de cientistas sociais de diferentes áreas, programadores e cientistas informáticos.

2.

PERSPETIVAS DE ANÁLISE DA WEB

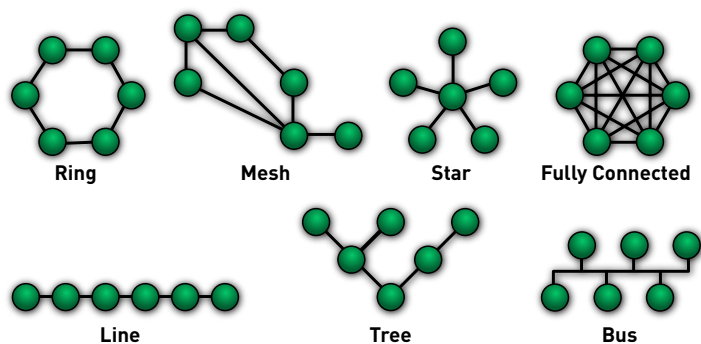
Como se referiu anteriormente, os *media* sociais incluem diferentes ferramentas e plataformas, tais como as redes sociais (*Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*), os blogs e os *fora*, como o *LiveJournal* e *Wordpress* e *microblogging*. A natureza destes dispositivos é a conectividade que estabelecem entre os diferentes utilizadores, a partir da implementação de ligações na forma de rede. Por esta razão, o elemento fundamental da análise das redes é a compreensão da sua estrutura e, posteriormente, do seu conteúdo.

A análise da conectividade das redes encontra-se envolta em polémicas disciplinares e conceptuais, na medida em que a sua génese é atribuída, ora a diferentes disciplinas nas Ciências Sociais, como a Sociologia, a Comunicação ou a Antropologia, ora à Matemática. Por exemplo, nas Ciências da Comunicação, Armand Mattelart (1994) introduziu a ideia de rede, a partir da expansão imperial europeia e da criação das vias marítimas, viárias e de telégrafo. Para este autor, as redes funcionam em função de um centro, que agrupa periferias, as quais, por sua vez, podem constituir-se como centros de outras periferias. Na Sociologia, atribui-se a Georg Simmel (1858-1918) um papel fulcral na compreensão das redes de sociabilidade, quando considera que o mundo social é resultante de interações estruturantes

que condicionam o comportamento humano. Na Matemática, Euler (1707-1783) operacionalizou relações entre objetos e conjuntos, por meio do desenvolvimento da teoria dos grafos. Os seus modelos são, até hoje, topologias inspiradoras na organização de redes físicas, mas também, na análise das sociabilidades na “vida real” e em ambiente virtual.

Nestas tipologias, que são formas de as redes físicas se organizarem, mas, também, de os utilizadores se conectarem e os dados ou informações fluírem, procura-se representar relações e interações entre nós, pontos de conexão ou atores, bem como determinar a hierarquia, ou o poder, na gestão dos fluxos de dados. As formas mais comuns de conexão são: **i)** ponto a ponto (Peer to peer ou Line), em que todos os nós da rede têm o mesmo poder hierárquico e iguais funcionalidades, partilhando serviços e dados; **ii)** barra (bus), em que os dados circulam numa rede central e cada nó, ou ator, retira, à sua vez, a informação que pretende; **iii)** anel (ring), em que os nós estão conectados em série e formam um circuito fechado; **iv)** estrela (star) que apresenta um nó, ator central, que gerencia o fluxo de informações, e conecta, ponto-a-ponto, os atores ou nós que pertencem à constelação; **v)** árvore (tree), em que um ator central, hierarquicamente superior, distribui e conecta a informação em função de outros nós ou atores hierarquicamente distribuídos; **vi)** malha (mesh), em que os atores ou nós estão entrelaçados a todos os outros nós, podendo a informação circular, sem hierarquias, entre os diferentes atores ou nós; **vii)** conexão total (fully connected), em que todos os nós, ou atores, estão interconectados, acedem a múltiplos pontos de informação, podendo distribuir, partilhar e aferir informações e dados.

QUADRO 6| TIPOLOGIAS DE REDES FÍSICAS



FONTE: FILE:NETWORKTOPOLOGIES.SVG

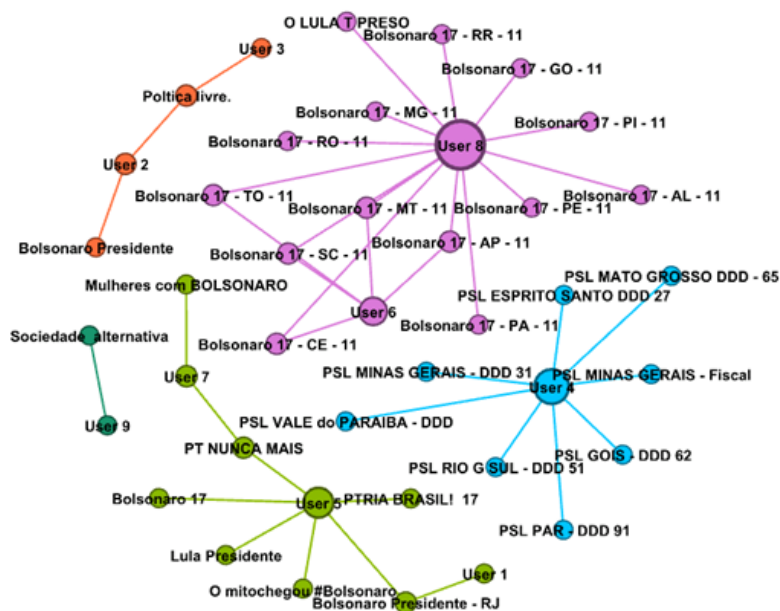
A observação e o conhecimento desta tipologia é importante para compreender os papéis de determinados nós, ou atores, nos *media* sociais e, sobretudo, nas redes sociais, bem como determinar o seu estatuto e poder na disseminação da informação. Por exemplo, numa informação falsa veiculada numa rede social, a possibilidade de identificar uma destas configurações torna possível compreender, entre outras questões: 1) como uma notícia se propaga; 2) onde está/estão o(s) produtor(es)/criador(es) da informação; 3) quem são os elementos difusores ou, ainda, 4) a coesão do grupo onde circula essa informação. Estas representações fundamentam, por conseguinte, a análise de redes sociais (ARS), que surge como uma ferramenta metodológica, de tipo quantitativo, que permite a representação das interações entre indivíduos ou grupos de indivíduos, de forma gráfica. A sua representatividade fundamenta-se nos três elementos anteriormente referidos: os nós ou atores, os vínculos ou relações e os fluxos.

Numa perspetiva complementar, associada à identificação de *fake news*, um estudo sobre a campanha para as eleições no Brasil no ano de 2018 comprova a pertinência de se conhecer as potenciais configurações das redes sociais. Assim, foi a partir da monitorização de 110 grupos do *WhatsApp*, acessados por *links* de acesso público, no período da 2ª volta das eleições, entre 17 e 23 de outubro de 2018, que se tornou possível identificar o uso de ferramentas de automação para impulsionar digitalmente a campanha eleitoral brasileira.⁸³ O estudo identificou utilizadores, que eram produto de automação total ou parcial, e disseminavam conteúdos, bem como tornou visível o papel dos *bots* (automação total) e dos *cyborgs* (automação parcial), nesta segunda volta da campanha presidencial. A representação da análise, que se apresenta em seguida em gráfico (ver abaixo Quadro 7), foi fundada em metodologias desenvolvidas a partir da criação de matrizes de dados individuais e de grupos recolhidos de utilizadores, com recurso ao *software* Gephi, que permite a geração de gráficos de redes sociais com base no cálculo da atração e repulsão entre nós e arestas.

A forma como os indivíduos se relacionam condiciona a estruturação da rede em que se inserem, que pode estar fundada, por exemplo, na proximidade geográfica – grupo de habitantes de Alcobaça – na partilha de interesses ou crenças – praticantes de uma modalidade desportiva, no apoio a um líder ou na partilha de um tema político – em grupos de pertença – como a família, vizinhança ou escola – ou ainda grupos de antagonismo, como grupos anti-tabágicos. Os nódulos (atores sociais) podem ser pessoas, equipas, organizações, ideias, mensagens ou outras

⁸³ Cfr: <https://feed.itsrio.org/computational-power-automated-use-of-whatsapp-in-the-elections-59f62b857033>

QUADRO 7 | GRÁFICO DA REDE SOCIAL WHATSHAPP DOS 10 UTILIZADORES MAIS ATIVOS EM GRUPOS POLÍTICOS



FONTE: COMPUTACIONAL POWER: AUTOMATED USE OF WHATSAPP IN THE ELECTIONS [HTTPS://FEED.IT-SR.IO.ORG/COMPUTATIONAL-POWER-AUTOMATED-USE-OF-WHATSAPP-IN-THE-ELECTIONS-59F62B857033](https://feed.it-sr.io.org/computational-power-automated-use-of-whatsapp-in-the-elections-59f62b857033)

entidades, enquanto os canais de relação descrevem o tipo de ligação, entre atores, que visa, por exemplo, a partilha de informação, a transação económica, a transferência de recursos, a partilha de interesses, relações de amizade ou sexuais, entre outros. Estas duas unidades são interligadas por fluxos, que determinam a direção das relações e podem ser simétricos, assimétricos, ascendentes, descendentes, horizontais ou verticais. Nas pesquisas empíricas, após a construção de um quadro identificador das relações entre atores, designado por matriz, é possível adotar um programa estatístico como o UCINET ou o Gephi, com vista à representação dessas relações (Silva, Fialho, & Saragoça, 2013; Pitas, 2016).

Na perspectiva da análise dos *media* sociais, o conceito de rede social visa descrever sociabilidades e interesses entre indivíduos, grupos sociais e instituições, com o objetivo de estabelecer relações entre atores, identificar os circuitos de transmissão de informações e a permuta de “interesses”. Nem todas as relações sociais são, à partida, orientadas e, por essa razão, os contactos podem ocorrer de forma ocasional e imprevisível. As relações entre elementos das redes podem, ainda, ser simétricas e assimétricas, caracterizando-se as primeiras pela equidade entre participantes e informação distribuída; as segundas, por se centrarem, predominantemente, num ator que tem como função controlar não só a informação, mas a qualidade da informação estabelecida. Dessa posição de assimetria dos atores nas redes, decorrem relações altamente complexas entre eles, caracterizadas pela constituição de laços fortes e fracos e pelo surgimento de posições de dominação, subserviência ou isolamento. Os atores podem, ainda, criar núcleos menores ou subgrupos, dentro de uma rede integral (Mercklé, 2004; Lemieux & Ouimet, 2008; Recuero, 2009).

Na análise das redes sociais é preciso, também, ter em consideração os papéis desempenhados pelos seus atores, tais como: **i)** moderadores e mediadores, que guiam as interações *online*; **ii)** comentadores profissionais, que fornecem opiniões e orientam as discussões; **iii)** provocadores, que nem sempre têm um papel positivo na discussão ou orientação das interações; **iv)** participantes ocasionais, que contribuem para as discussões; **v)** *lurkers*, que observam silenciosamente (Kozinets, 2010).

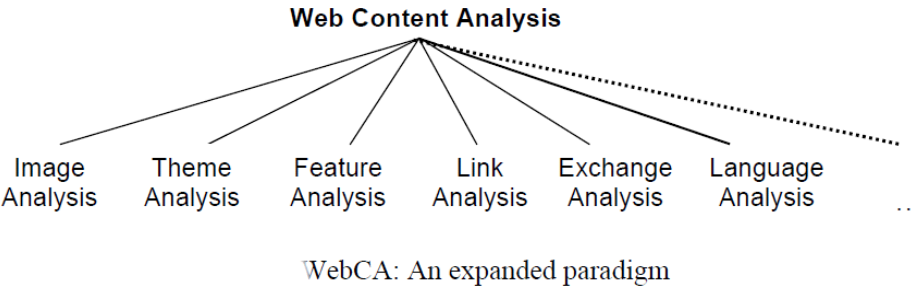
As estruturas descritas determinam as relações entre integrantes de uma rede social, mas também, as redes de sociabilidade que ligam indivíduos/atores, na vida *online*, e/ou na vida *offline*. Na análise destas estruturas, o objetivo deverá ser identificar padrões de relacionamento entre atores – por exemplo, padrões

familiares, de vizinhança, de língua, afinidades políticas, religiosas, valores ou temáticas – e, dentro das redes, padrões textuais, gráficos, áudio, fotografia, audiovisual e outros. Estes conteúdos multimodais devem ser, por sua vez, objeto de análise específica, por meio de análise de conteúdo web (Herring, Scheidt, Kouper & Wright, 2006).

2.1 Análise de conteúdo *web*

A exploração da metodologia de análise de conteúdo *web* agrega especificidades e competências multimodais, na medida em que visa a análise de imagem, de temas, de ferramentas, de *links*, partilhas, linguagem e outros elementos. Trata-se de uma análise que objetiva integrar diferentes métodos e, por esta razão, é denominada de paradigma **expandido da análise de conteúdo**, visando a descrição objetivada, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto dos diferentes *media* sociais, conforme visualização do esquema abaixo.

QUADRO 8 | ANÁLISE DE CONTEÚDO WEB



FONTE: HERRING, S. C., SCHEIDT, L. A., KOUPEL, I., & WRIGHT, E. (2006). LONGITUDINAL CONTENT ANALYSIS OF WEBLOGS: 2003-2004, (PP. 3-20). IN M. TREMAYNE (ED.), *BLOGGING, CITIZENSHIP, AND THE FUTURE OF MEDIA*. LONDON: ROUTLEDGE.

A análise de conteúdo *web* aplica-se à análise das redes sociais – por exemplo, *Facebook* ou *Instagram* — mas também à análise de outros *media* sociais, tais como páginas de *wordpress*, *blogs*, imprensa em formato digital e outros. Nesta análise é preciso ter em conta os seguintes elementos: **i) arquitetura e funcionalidade**; **ii) hipertextualidade** – organização modular dos diversos nódulos; **iii) metainformação** – múltiplos recursos documentais e de busca; **iv) interatividade** – estratégias de interação com os utilizadores; **v) multimédia** – integração e interação de diferentes linguagens, de texto verbal, imagem, som, vídeo); **vi) multiplataforma** – capacidade de migração de conteúdos em diversos suportes digitais.

Após a seleção de um *medium* que se pretenda analisar, por exemplo, um *blog* ou um jornal *online*, o *corpus* poderá ser construído de forma aleatória, temática ou sistemática. Um ***corpus* aleatório** define-se por não ter um princípio que o agregue, exceto, por exemplo, o *medium* selecionado, mas tem o objetivo de demonstrar determinadas tendências; um *corpus* que utiliza como critério o **tema** visa caracterizar a temática e, para tal, utiliza os princípios da análise de conteúdo, tais como a coerência e a dimensão exequível; um ***corpus* sistemático**, pretende ser o mais exaustivo possível, tendo em consideração um suporte (*blog*, jornal *online* ou outro), ou uma temática dentro desse *medium*.

Por exemplo, na *web*, o jornalismo desenvolveu a hipertextualidade, a expressão multimédia, a personalização de conteúdos, a atualização constante de conteúdos e a instantaneidade (Canavilhas, 2006), que geraram novos desafios metodológicos à investigação. A análise de conteúdo de jornais e de televisão *online* terá em conta adicionais elementos distintivos relativamente à forma, tais como: a prevalência da navegação (itinerário

hipertextual); o recurso à linguagem multimédia (texto, imagem fixa, em movimento e som); a extensão dos conteúdos no *online* (comprimento, largura, profundidade, tempo, segundos, minutos); arquitetura do *site* e grafismo. Esta última característica envolve, ainda, outras, tais como a determinação do formato/*pixels*; o tipo de barras de navegação (lateral/horizontal); os comentários e contributos dos leitores; os elementos de referência e datação e as inserções de *links* no corpo informativo. Todos estes elementos deverão ser objeto de análise e integrar bases de dados, obtendo-se, assim, uma análise padronizada.

A análise dos *media* sociais requer, ainda, uma dimensão complementar que advém da proliferação de múltiplas plataformas de comunicação em rede e de *media* digitais, a par do processo de digitalização dos *media mainstream*. Esta dimensão emerge de um ambiente informativo intenso – em que o fluxo de informação acelerou e os ciclos noticiosos encurtaram – e extenso, exponencialmente potenciada pelas comunicações móveis. Os novos desafios surgem quando da circulação discursiva entre *media mainstream* e *media* sociais, decorrente da emergência de novas *áreas de contacto* entre instituições, grupos, indivíduos e *robots* produtores de informação. Explicitando: na fase pré-digial, a comunicação foi caracterizada por um sentido descendente e um sentido horizontal, sendo que a primeira se processava a partir dos *media mainstream* e das instituições (por exemplo, Escola, Família, Igreja, Estado), para os cidadãos; enquanto a comunicação horizontal era interinstitucional. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais e as dinâmicas comunicativas introduzidas pelos *media sociais*, surge uma circularidade discursiva ascendente – dos *media* sociais para os *mainstream* – e horizontal, entre utilizadores das redes sociais. Trata-se, assim,

de um outro desafio metodológico que visa estabelecer como se dão os saltos e as transferências de conteúdos entre os diferentes *media*.

EM SÍNTESE, na Análise dos *media* sociais deve ter-se em conta que o meio *online* é um **contexto social**, com uma cultura, linguagem, normas e procedimentos próprios. Convém, ainda, ter-se em consideração que as relações estabelecidas são atos sociais e, por essa razão, devem ser entendidos como **atos no contexto online** em que ocorreram. A **complexidade dos dispositivos** e a **multiplicidade de linguagens** mobilizadas exigem a convocação e a integração de metodologias, métodos e procedimentos de análise adequados.

Tal como sucede com as análises quantitativas, iguais desafios se colocam às análises qualitativas quando aplicadas aos *media* sociais. Como acima ficou explicitado, estas análises privilegiam sobretudo os chamados *big data*, o que põe ao investigador, desde logo, o problema de saber se as análises qualitativas, que geralmente trabalham com *corpora* mais reduzidos, se adequam à Análise dos *media* sociais. Assim, alguns autores, insistindo na validade e importância das análises qualitativas, mesmo na era digital, contrapõem ao conceito de *big data* (que é um conceito assente na quantidade da amostra) o conceito de *thick data* (que, em língua portuguesa, pode ser traduzido por dados com densidade) que tem a vantagem de apresentar amostras de dimensão comportável para análises qualitativas e que, embora em quantidade muito mais reduzida, tem um grande potencial em termos de compreensão dos significados e sentidos (Latzko-Toth *et al.*, 2017: 199-201). Trata-se, de facto, de procurar encontrar

na imensidão de dados e objetos passíveis de análise “o material dificilmente quantificável – emoções, histórias, visões do mundo – que é [geralmente] eliminado dos processos de normalização, padronização, definição [e] agrupamento de conjuntos de dados massivos analisados por computadores (Wang, 2016).⁸⁴

Depois de estabilizada a amostragem para análise, tal como sucede com as mensagens dos *media* tradicionais, há que procurar metodologias que respondam de forma mais eficiente aos objetivos e perguntas da pesquisa. As três metodologias qualitativas desenvolvidas neste livro adequam-se igualmente à Análise dos *media* sociais, pois é sempre de linguagem, de texto (na aceção ampla do conceito), de discurso que falamos. No entanto, como procuraremos explicar, tendo em consideração as singularidades técnicas e as especificidades da comunicação em ambiente digital – que, como se disse, é marcadamente hipertextual, plurissemiótica, multimédia, interativa – as metodologias de análise devem adaptar-se e refletir essas particularidades. Por outro lado, a mudança de paradigma implica, por parte do investigador e dentro de cada uma das áreas de análise, a problematização de determinados conceitos – estabilizados em contexto analógico, mas insuficientes para explicar alguns dos fenómenos do contexto digital.

Por exemplo, se a questão dos géneros discursivos é relativamente estável dentro dos *media* ditos tradicionais (literatura, cinema, TV, etc.), o aparecimento do digital veio revolucionar a textualidade, dando origem a produtos híbridos, dificilmente classificáveis, como o *email*, o *blog* ou o *tweet*. Assumindo não ter respostas definitivas e fechadas para esta questão, Marie-Laure Ryan propõe que se clarifique o tipo de relação que os

⁸⁴ “It’s the sticky stuff that’s difficult to quantify’ – ‘emotions, stories’, world-views – that get stripped through the processes of ‘normalizing, standardizing, defining [and] clustering’ that make massive datasets analyzable by computers” (Wang, 2016: online). Tradução livre das autoras.

diferentes *media* e géneros estabelecem com os novos produtos comunicacionais: se o *medium* pode ser entendido como um conjunto de recursos – definidos pela tecnologia do dispositivo de mediação e pela substância semiótica –, o género tem uma essência normativa e restritiva. O que torna a distinção complexa e pouco clara nas narrativas digitais é precisamente o facto de cada aplicação poder ser simultaneamente género – código rígido que determina o que cada usuário pode ou não fazer – e *medium* – conjunto de possibilidades a explorar.

As análises narrativas também têm sido exploradas na Análise dos *media* sociais que ocupam hoje um espaço muito relevante nas práticas sociais e nas comunicações do quotidiano e são um manancial precioso de estudo sobre comportamentos, opiniões, visões do mundo ou histórias de vida. Seja em curtos textos de caracteres limitados, seja em comentários a *posts*, seja através da publicação de fotos, de *selfies*, de vídeos ou estados de alma (muitas vezes previamente preparados pelas próprias plataformas, como sucede no *Facebook*), as pessoas utilizam hoje as redes sociais como complemento (e em muitos casos como substituição) das conversas e interações do quotidiano. Estas haviam sido já objeto de atenção por parte da sociolinguística ou das análises conversacionais que, optando por uma diferente visão de cultura e de comunicação, valorizaram a multiplicidade, a fragmentaridade e a performatividade das pequenas histórias do dia-a-dia.

Ora, os *media* sociais constituem, desde há cerca de uma década, o novo ambiente dessas conversas. Neles encontramos, como testemunhos vivos, histórias curtas que simulam a vida quotidiana, geralmente abertas, fragmentárias e co-construídas, multissemióticas e geradas em diversos contextos *offline* e *on-line*, recebidas, lidas e comentadas por uma audiência imensa e diversa, circulando por plataformas diferentes. Assim e seguindo as análises de A. Georgakopoulou e de M. Bamberg:

A investigação sobre as micro-histórias, tendo desenvolvido ferramentas capazes de analisar narrativas fragmentadas, mutáveis e atípicas, é uma área que oferece uma base metodológica sólida para o estudo das histórias nos *media* sociais, particularmente relevante para se compreender as suas características distintivas e o modo como se baseiam ou se afastam de outras práticas de storytelling (Georgapoulou, 2017: 269).⁸⁵

O estudo destas narrativas, embora recorra a conceitos e instrumentos analíticos que descrevemos no capítulo sobre análises narrativas – especialmente aqueles que a narratologia transmediática tem desenvolvido – exige a mobilização de outras ferramentas analíticas que permitam compreender o contexto específico em que estas histórias circulam, bem como a relação entre as potencialidades técnicas das plataformas e o modo como as narrativas se constroem. Diversos especialistas têm chamado a atenção para o facto de a própria arquitetura das redes sociais e algumas potencialidades que vão sendo progressivamente introduzidas serem responsáveis por específicas formas de comunicação, encorajando os utilizadores a partilharem as suas vidas com as suas audiências (Georkopoulou, 2017).

Num estudo sobre “small stories” do *Facebook* e do *YouTube*, A. Georgopoulou salienta duas ferramentas de análise essenciais para a compreensão da construção destas narrativas: o conceito de *stancetaking* (que poderemos traduzir por predisposição narrativa) e que implica uma redefinição da narratividade decorrente do carácter participado, interativo e co-construído das narrativas

⁸⁵ “Small stories research, having developed tools for examining fragmented, transposable and a-typical stories, is well-placed to provide a sound methodological basis for exploring stories on social media, in particular for interrogating what is distinctive about them, but also how they draw on or depart from other forms and practices of storytelling”. Tradução livre das autoras.

na rede;⁸⁶ e o de *rescripting*, que basicamente é um fenómeno de interdiscursividade, pelo qual narrativas já existentes são recontextualizadas em ambiente digital, suscitando releituras e reinterpretações (geralmente com fins parodísticos e satíricos, mas com eventuais implicações políticas e ideológicas). Trata-se, neste último caso, de valorizar os processos de remediação⁸⁷ estimulados pelo ambiente digital e a noção de intermedialidade.⁸⁸

Para os estudos de Jornalismo, a ponderação de todas estas questões sobre o funcionamento da narrativa em ambiente digital é também muito relevante. Como advogou Marc Lits, é importante construir uma “hipernarratologia” que permita enquadrar teoricamente e fornecer as bases metodológicas para i) compreender a relação entre os diversos dispositivos de mediação e a estrutura das narrativas; ii) problematizar o consumo e a coprodução de narrativas em novos ambientes digitais; iii) equacionar a emergência do modelo do *storytelling* e das questões éticas a ele inerentes; iv) explicar o recrudescimento do jornalismo narrativo (que se verifica quer no mundo anglo-saxónico, quer no mundo francófono) que encontra nas plataformas digitais um ambiente desafiante para se desenvolver e reinventar (Lits, 2015).

⁸⁶ Remete-se para a leitura do ponto 3.1.1, no qual se apresenta a narratividade como propriedade escalar, com dimensão cognitiva e pragmática, fortemente dependente do *medium* que acolhe as narrativas.

⁸⁷ Por remediação, entende-se “a reformulação semiótica de uma mensagem oriunda de um *medium* original num outro *medium* que a reelabora, num diferente contexto e, eventualmente, num outro suporte” (Reis, 2018: 424).

⁸⁸ Como explicita Carlos Reis, esta noção decorre de uma “conceção dinâmica dos discursos mediáticos” e da “superação de fronteiras entre linguagens e campos mediáticos” (Reis, 2018: 221).

V.

CONCLUSÃO

Ao longo destes capítulos, discorreu-se sobre a Análise dos *Media* partindo do pressuposto que esta atividade tem como fundamento princípios, conceitos e objetivos pertencentes à teoria social e à pesquisa social, os quais determinam, por sua vez, um conjunto de opções teóricas e metodológicas com vista à produção de conhecimento social (Neuman, 2007: 3). Referiu-se, também que a Análise dos *Media* adquiriu uma complexidade acrescida em função da expansão do conceito *media* que envolve, hoje, não só as tecnologias de informação, mas também todas as estruturas institucionais, formas, formatos e interfaces para a produção, disseminação e receção de conteúdos simbólicos (Couldry, 2012).

No primeiro capítulo, em que se traça os enquadramentos teóricos da Análise dos *Media*, sublinhou-se que as alterações no ecossistema mediático se repercutiram nos seus objetivos, como evidenciaram os desafios que se colocam aos *media* em geral, e ao Jornalismo em particular, bem como à circulação da informação. As mudanças operadas, com impacto na pesquisa sobre os *media*, *mainstream* e sociais, tornaram o fenómeno social o campo específico de análise, pressupondo a mobilização de teorias capazes de explicitar relações entre as instituições dos *media* e as instituições políticas, económicas, culturais e seus atores. Contudo, também é claro, a partir deste enquadramento, que surgiram novas exigências de cidadania, que se estendem aos educadores, profissionais e docentes, e envolvem competências em áreas da literacia, psicologia, informática e programação. Só a partir da mobilização destes enquadramentos teóricos e conceptuais se torna possível explicitar os fenómenos inerentes aos *media* e os seus impactos na sociedade. Evidenciou-se, igualmente, que a Análise dos *Media* deve estar enquadrada não só nas teorias sociais, como nas teorias sobre os *media*, os *media* sociais e o Jornalismo e, simultaneamente,

contribuir para a produção de conhecimento sobre o impacto social, económico e político destes dispositivos. Com este objetivo, explicitou-se como se processa a descoberta científica e como esta atividade constitui um empreendimento criativo, desafiante e complexo. O objetivo foi mostrar que os procedimentos científicos, obedecendo a padrões e a regras estritas, vão criando situações de inconformismo e de incapacidade de resposta perante novos fenómenos, originando crises e ruturas nos padrões habituais de interpretação e resolução de problemas (Kuhn, 1970). Foi, também, intuito desta exposição, colocar a Análise dos *Media* (*mainstream* e sociais) no campo das Ciências Sociais e, consequentemente, da teoria social, evocando conceitos e teorias fundadoras, mas também alertando para os novos desafios colocados pelas tecnologias de informação e comunicação. A referência à obra de Thomas Kuhn (1970), *A estrutura das revoluções científicas*, pretende estimular a inquietação e a curiosidade sobre a génese dos fenómenos científicos e, ao mesmo tempo, a necessidade de estudar os fatores exteriores que estão na origem da transformação do pensamento científico, quando surgem objetos de análise “novos”.

Neste sentido, chamou-se a atenção para a mercantilização dos *media mainstream* e a hegemonia das grandes empresas tecnológicas globais, fatores que introduziram grandes mudanças na sociedade, no consumo e na forma como atores coletivos e individuais participam no espaço público. A consolidação de um novo contexto socio-tecnológico baseado na mobilidade, no digital e na *internet* afetou, por um lado, as instituições produtoras de conteúdos (por exemplo, o Estado, a Igreja, a Escola ou os *media mainstream*) e, por outro lado, proporcionou condições de acesso de atores individuais ao espaço público e à visibilidade. Estas mudanças resultaram em transformações nas condições de circulação discursiva no espaço público, mas

acentuaram, também, o descontrolo informativo e a emergência de um clima de desinformação.

Estas explicações visaram mostrar como a pesquisa sobre os *media* (*mainstream* e sociais) se encontra vinculada à formação científica e cidadã dos seus profissionais. Sublinha-se, assim, a necessidade de programas de capacitação na área da programação em tecnologias de informação e comunicação, bem como na expansão da formação em literacias mediáticas. Ao mesmo tempo, atenta-se no carácter social desta pesquisa e nos seus potenciais reflexos na qualidade dos conteúdos dos *media*, bem como na capacidade de apoiarem o desenho e a orientação de políticas públicas e de interesse público.

O segundo capítulo dá, como exemplo do desenho de uma pesquisa, o tema da “Cobertura jornalística da corrupção política”. Ao traçar este percurso científico, apresentaram-se enquadramentos e ferramentas metodológicas e evocou-se o texto de Silverman (2006), *Research and social theory*, que relaciona teoria e pesquisa ao mostrar como se constroem modelos de análise e se teoriza a partir de dados. Ressalta-se, também, que, ao utilizar, como exemplo, o tema da corrupção política, se procurou alertar para o papel dos *media* na cidadania, tendo em conta que, na adversa conjuntura das democracias ocidentais, onde a perceção do cidadão comum enquadra a governação como uma agência administrativa dos grandes interesses do capital e das finanças, as análises sobre a desocultação da corrupção e das ações que promovem a transparência nos *media* adquirem relevante valor simbólico.

Com estes pressupostos, abordaram-se as dimensões contextuais da análise da “Cobertura jornalística da corrupção política” e justificou-se a escolha do objeto de pesquisa, salientando-se a pertinência do tema, no contexto nacional e internacional. Realça-se também que a opção por este tema, na demonstração

do percurso da Análise dos *Media*, permite contribuir para a compreensão da complexidade metodológica e, simultaneamente, para o aprofundamento da democracia e para a necessidade de um Jornalismo com conteúdos de qualidade. Neste sentido, a explicitação das etapas de investigação científica permite não só sequenciar os procedimentos metodológicos e as respostas que se obtêm à pergunta de partida, como aferir a qualidade da informação em análise.

No terceiro capítulo, discorreu-se sobre os métodos de Análise dos *Media*. Para melhor compreensão destes métodos, foram utilizados exemplos retirados de pesquisas nacionais e internacionais. Fez-se uma distinção entre métodos quantitativos e qualitativos e apresentaram-se as respetivas técnicas mais utilizadas. Na descrição dos métodos e das técnicas pretendeu-se mostrar as vantagens e desvantagens da sua utilização e os resultados expectáveis a partir da sua utilização. Esta exposição teve como finalidade identificar as metodologias mais apropriadas aos objetivos da pesquisa, bem como estimular a formulação de perguntas de investigação sobre objetos mediáticos. Relativamente à primeira edição deste livro, este é um dos capítulos que mereceu maior desenvolvimento e atualização, nomeadamente no que diz respeito às análises qualitativas ou textuais. Assim se descreveram três metodologias de análise que permitem abordagens qualitativas às mensagens construídas e disseminadas pelos *media*, nomeadamente à análise dos textos por eles construídos e dos discursos que veiculam: as análises narrativas, as semióticas e as análises do discurso. Foi precisamente na década de 80, no âmbito das Ciências Sociais, que a narrativa enquanto metodologia de análise se afirmou, com a valorização do estudo das histórias individuais e das biografias como forma de aceder a compreensões holísticas e mais humanistas dos fenómenos sociais, que muitas vezes escapavam à frieza dos números da estatística ou dos inquéritos: “A linguagem narrativa

permite aceder à experiência subjetiva, a conceitos como o self e a identidade, abrindo novas perspectivas no estudo da memória, da linguagem e do pensamento, da socialização e da cultura” (Smith, 2000: 328).⁸⁹ Em 1993, Catherine Riessman publica com chancela da Sage a obra *Narrative Analysis*, que é considerada já um marco decisivo para o estabelecimento da narrativa como parte do instrumental metodológico de pesquisas de teor qualitativo (Elliot, 2005: 5). Hoje, trata-se de uma metodologia amplamente utilizada em áreas que vão desde a História à Sociologia da Saúde, passando pela Criminologia ou pela Educação. Como explica Jane Elliot, há um conjunto de atributos da narrativa que a tornaram atrativa a determinadas investigações empíricas das Ciências Sociais: a sua íntima relação como a temporalidade, o seu enraizamento social e contextual e a sua capacidade para gerar significações. As análises qualitativas – também conhecidas como análises textuais precisamente por trabalharem com o texto nas suas dimensões semiótica e discursiva – são processos em constante construção e reconstrução de significações, onde interagem as macro e microestruturas sociais. Considerar as macroestruturas sociais – a distribuição do poder e os recursos disponíveis dentro do sistema social – e as microestruturas sociais – lugar onde é vivida e experienciada a prática social – torna-se a garantia de compreensão dos diversos fatores de comunicação.

O quarto capítulo, “Desafios da Análise dos *Media* Sociais”, é completamente original e pretende responder a questões teóricas e metodológicas colocadas pela pesquisa na e com a *web* e os *media* sociais. Neste capítulo, abordaram-se os problemas que emergem da complexificação do ecossistema mediático, com

⁸⁹ Narrative language provides access to subjective experience, providing insights into conceptions of self and identity and opening up new ways of studying memory, language and thought, and socialization and culture” (Smith, 2000: 328). Tradução livre das autoras.

as mudanças operadas nos *media mainstream* e a expansão do digital e da *internet*. Sublinhou-se o papel da conectividade instaurado pelos *media* sociais, que constitui um desafio às Ciências Sociais, na medida em que estas se focaram tradicionalmente nas características dos indivíduos e não nas suas formas de relação e interação. Em seguida, enunciaram-se princípios e elementos de investigação no campo dos *media* sociais e próprios à análise dos conteúdos *web*. Chamou-se a atenção para as características e particularidades daqueles meios, bem como para as dificuldades e os desafios metodológicos que envolvem a sua análise. Explicitou-se, também, a tipologia das redes, com base em configurações várias, e salientou-se a sua importância para a dinâmica relacional, apontando hierarquias de poder, capacidade de gestão, fluxos de informação, nomeadamente a geração e disseminação de notícias falsas, num ecossistema mediático pautado pelos *media* sociais. Sugeriu-se e desenvolveu-se, em seguida, o modelo expandido de análise de conteúdo, com a finalidade de apreender conteúdos multimodais, tais como textos, vídeos, infografias, fotografias e outros. Apresentaram-se, igualmente, ferramentas de análise de pequenas narrativas em ambiente digital e a noção de intermedialidade, fundamentais para os estudos de Jornalismo. Estas questões apontam para uma outra abordagem às teorias e conceitos das Ciências Sociais e Humanidades, para além de obrigarem ao uso de novos instrumentos de análise, fundadas em *softwares* e conhecimentos estatísticos e matemáticos.

Como conclusão, sublinha-se que o percurso que se desenhou sobre a Análise dos *Media* fundamentou-se na ideia de “área” de estudos, como um constructo relativamente estável, caracterizado por determinados traços, oriundos de percursos e fronteiras históricas disciplinares, em que a imaginação é vista como o motor da pesquisa e surge como a capacidade de inquirir, perguntar e resolver problemas face ao desconhecido.

Neste sentido, aproximar as práticas profissionais à reflexão sobre elas mesmas, criando e partilhando uma consciência sobre o exercício da atividade profissional – nomeadamente dos jornalistas na sociedade – e um espaço de reflexão sobre as práticas, rotinas, organizações e instituições, constituiu um dos desafios colocados à Análise dos *Media*, num mundo em que a desinformação adquire crescente protagonismo (Wardle & Derakhshan, 2017). Retomaram-se, por essa razão, algumas das questões colocadas por Zelizer (2004; 2017) sobre as relações entre o Jornalismo enquanto prática e o Jornalismo enquanto objeto de pesquisa académica, ao que acresceram os desafios colocados pelos *media* sociais e a circularidade da informação ascendente – das redes sociais para os *media mainstream*; descendente – dos *media mainstream* para as redes sociais – e horizontal, isto é, a informação que circula entre pares, indivíduos, instituições e meios com a mesma natureza. Deste modo, enfatizaram-se não só os modelos que se debruçam sobre a investigação dos *media mainstream*, como é apresentado no capítulo dois, como os modelos de análise de *media* sociais, incluindo a tipologia de redes, tal como se explanou no capítulo quatro.

Ao longo do texto procurou-se, ainda, fomentar a ideia da Análise dos *Media*, como área de investigação, com a finalidade de promover os estudos sobre os *media* (*mainstream* e sociais) e o Jornalismo, através da consolidação de percursos metodológicos, nomeadamente a partir da mobilização de métodos quantitativos e qualitativos e o recurso a técnicas de análise de conteúdo e textuais. Neste percurso, salientou-se o papel da linguagem, na medida em que não há conhecimento dos fenómenos sociais que não passe pela linguagem culturalmente situada (Meluci, 2005: 33). Pensar os *media* obriga necessariamente a uma reflexão sobre linguagem, texto e discurso, independentemente de trabalharmos com dados, com infografias,

com imagens ou com palavras. A linguagem é absolutamente central na comunicação humana, pois só com ela e através dela conseguimos interpretar o que nos rodeia, ler o mundo à nossa volta, como bem demonstraram eminentes filósofos da linguagem e linguistas, desde Karl Bühler a Jakobson, de Saussure a John Lyons, de Roland Barthes a Hallyday. Se desde a década de 30 do século XX, Sapir e Whorf argumentavam que as estruturas das línguas modelam as concepções e visões de mundo de cada comunidade falante (relativismo linguístico), hoje, os avanços das Neurociências e do Cognitivismo apoiam-se em evidências científicas para mostrar como a linguagem – refletida em cada língua natural – é determinante para as mais fundamentais dimensões da experiência humana (Boroditsky, 2011). Assim, qualquer estudo empírico sobre mensagens mediáticas não pode esquecer a sua dimensão discursiva e textual, pois que tão relevante é perceber o que se tematiza e em que contexto, como compreender de que modo, com que substâncias expressivas, com que linguagens, esses conteúdos chegam e são apropriados pelos públicos. Por outro lado, enfatizou-se a relação entre o observador e o campo de observação. Chamou-se a atenção para as condições que envolvem o ato de conhecer, para os processos mentais que envolvem este ato e as formas consagradas na epistemologia geral, através de abordagens dedutivas – que se iniciam com o estabelecimento de relações lógicas entre conceitos que deverão ser confrontados com evidências empíricas – ou indutivas, que começam quando se observa detalhadamente um objeto do mundo, e se busca formular ou cotejar, a partir dessa observação, uma ideia ou abstração (Ragin, 1994: 31-52; Neuman, 2004: 29-32; Silverman, 2004: 54-55).

Sublinhou-se, por fim, que não há conhecimento estável e absoluto, mas sim processos de aproximação ao conhecimento que permitem interpretações plausíveis. Esta perspetiva sobre

o conhecimento não invalida a existência de um conhecimento confiável, resultante de um sistemático procedimento de pesquisa, mesmo quando fundado na observação empírica do mundo. Por outro lado, estes procedimentos e estas estratégias face aos objetos levam à necessidade de se repensar a pesquisa sobre os fenómenos sociais e mediáticos, no sentido de a compreender como uma tradução “de um certo sistema de relações sobre um outro sistema de relações que é aquele da comunidade científica ou do público” (Melucci, 2005: 34).

Realça-se que os *media* e as novas tecnologias de informação e comunicação se tornaram o elo, por excelência, entre indivíduos, comunidades e a sociedade onde aqueles se inserem, aproximando-os com base em partilhas de ideias, aspirações, emoções e sentimentos. Ao mesmo tempo, os seus conteúdos foram-se polarizando e os estereótipos reforçaram-se, ao alimentar e cultivar preconceitos culturais e identidades extremadas, que tendem a desembocar em exclusões, autoexclusões, exílios, violências e assédios de natureza diversa. As emoções experienciadas e mediatizadas acumularam-se, de forma efémera, sem proporcionarem uma comunicação efetiva entre comunidades diferenciadas e a sociedade dominante. A pandemia experienciada no mundo entre 2019/2020 consolidou os *media* sociais e as tecnologias de informação e comunicação, mas, simultaneamente, parece ter trazido um novo alento aos *media mainstream*, ao empurrar a televisão para o centro da sociedade, recuperando-a como elo social (Wolton, 1994). No momento, as sociedades democráticas enfrentam o dilema de ter de escolher entre abdicar de muitas das suas liberdades ou mantê-las e colocar em risco a saúde e a vida de muitos dos seus cidadãos mais frágeis. Este dilema é tanto mais dramático quanto envolve economia e estilo de vida das sociedades ocidentais, cenário que não se colocou aos governos autocratas e didatoriais, que utilizaram, de forma

inequívoca, os *media* sociais como ferramentas de vigilância e controlo dos seus cidadãos.

As mudanças recentes fazem com que não haja mais tempo e espaço, nas nossas sociedades, para uma comunicação centrada, exclusivamente, em objetivos institucionais e técnicos. Cidadãos, pesquisadores e docentes são convocados, agora, a reinventar a comunicação, colocando no centro a pessoa humana e o seu ecossistema. O “caderno de encargos” é extenso e são múltiplas as literacias a adquirir, para enfrentar os desafios colocados pelas tecnologias centradas na comunicação técnica. Para reverter e recentrar a comunicação na pessoa humana, na comunicação interpessoal e na sustentabilidade do mundo, é necessário apelar à reinvenção do quotidiano, à participação e à atuação cívica. Convocam-se, também, os profissionais, os docentes e os pesquisadores a refletir sobre as práticas, as interpretações do mundo, as teorias, os conceitos e os métodos de pesquisa. Neste sentido, apela-se à reinvenção da sociedade, à ação pelo bem comum no sentido de uma sobrevivência coletiva e sustentada, que relativize os “hábitos” e “confortos”, predominantemente privados, que fazem parte das atuais rotinas físicas ou intelectuais. Por exemplo, reaprender noções de espaço e tempo, reequacionar o consumo e o desperdício, ter como princípio a sustentabilidade ambiental, utilizar as ferramentas humanas que são dadas pelos sentidos, valorizar mas controlar emoções, refletir sobre o sucesso, o bem-estar e as metas eleitas como objetivo de vida. Um grande esforço deverá ser alocado na área das múltiplas literacias, com ênfase nas mediáticas e digitais direcionadas para todos, mas principalmente para as crianças, jovens, mulheres e idosos. O objetivo pretendido deverá visar uma educação crítica para o consumo e uso das tecnologias de informação e comunicação, a partir da mobilização do “capital

social” individual e coletivo, bem como das dimensões cognitivas e socioemocionais da sociedade.

No campo das Ciências Sociais e Humanidades, e particularmente em Comunicação, é imperativo contrariar a padronização, a industrialização e a mercantilização, bem como as metodologias e processos de fazer e avaliar a ciência. Isto quer dizer que os parâmetros de aferição devem manter a qualidade, fiabilidade e rigor, mas não obedecer ao produtivismo e às exigências da comunicação técnica capitalista, e do sucesso individual, mas sim privilegiar o trabalho colaborativo, cooperativo e criativo, centrado no interesse de uma sociedade sustentável, da pessoa reflexiva e direcionado para o estudo de casos e a resolução de problemas (Santos, & Menezes, 2010).

É por esta razão que Análise dos *Media* é uma área de conhecimento estruturante e apoia as diferentes perspectivas de literacia. É, todavia, também por esta razão que a Análise dos *Media* incomoda as empresas dos *media* e alguns dos seus profissionais, quando observa interesses deste sistema e os coloca face aos interesses de uma outra comunidade, nomeadamente da comunidade científica e dos cidadãos em geral. Contudo, em conjunto com a universalização do conceito de Literacia, associado à expansão das tecnologias da informação e comunicação, a Análise dos *Media* adquire um novo vigor, enquanto aprofundamento das capacidades dos profissionais, e dos cidadãos, desempenharem, de forma efetiva, tarefas em ambientes digitais e participarem crítica, responsável e ativamente na defesa e aprofundamento da democracia (Stephansen & Treré, 2019).

VI.

BIBLIOGRAFIA
COMENTADA

Neste capítulo, identificam-se, em primeiro lugar, sítios on-line e bibliotecas digitais onde se pode encontrar bibliografia especializada. Em seguida, apresentam-se algumas obras estruturantes para a área de Análise dos *Media*, com ênfase em textos que discutem e introduzem elementos teóricos e metodológicos relevantes.

Entre as bibliotecas digitais, recomenda-se o acesso à Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC) (<http://www.bocc.ubi.pt>) e ao sítio (<http://www.b-on.pt/>). Os repositórios das universidades e institutos de ensino superior portugueses nas áreas de Ciências Sociais, Ciências da Comunicação, Estudos sobre os *Media* e do Jornalismo, são, igualmente, repositórios de um acervo significativo e atualizado sobre a produção científica. É relevante a consulta a revistas desta área, com *referees*, tais como *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público* (Ceis20 – Universidade de Coimbra), *Comunicação & Linguagens* (Universidade Nova de Lisboa), *Comunicação & Cultura* (Universidade Católica Portuguesa de Lisboa), *Comunicação e Sociedade* (Universidade do Minho), *Media & Jornalismo* (Instituto de Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, ICNOVA), *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias* (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias). Outras revistas das áreas de Ciências Sociais e de Humanidades são igualmente relevantes, por exemplo, a *Revista Crítica de Ciências Sociais* (Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, CES/UC), a *Revista Sociologia Problemas e Práticas* (ISCTE), a *Revista Estudos do Século XX* (Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX/UC), *Anuário Internacional da Comunicação Lusófono* (sediado na Universidade do Minho). Salienta-se ainda, no Brasil, o portal de revistas da área de Comunicação, Estudos dos *Media* e Jornalismo do Brasil (Revcom, www.revcom.portcom.intercom.org.br/), que inclui textos em português e espanhol; a revista *Brazilian*

Journalism Research; as revistas dos Programas de Pós-Graduação das universidades brasileiras, tais como a *Revista Matrizes* (ECA/USP), *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia* (UFSC). As grandes editoras em língua inglesa como a *Sage* e a *Routledge* possuem manuais, revistas e jornais dedicados aos estudos sobre Jornalismo, *Media* e *Media* sociais. Há, ainda, editoras de acesso livre, em língua inglesa, que promovem a divulgação de trabalhos nesta área, bem como revistas dedicadas exclusivamente à publicação e discussão de métodos de pesquisa, tal como o *Journal of Mixed Methods Research*.

Muitas destas publicações são assinadas pelas bibliotecas e centros de investigação das universidades, mas também têm acervos disponíveis, permanente ou periodicamente, sob a forma de resumos, ou em textos integrais em PDF, nos seus sítios da *Internet*. O *Pew Research Center* (<https://www.pewresearch.org/internet/>) assim como Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional, Reuters Institut for the Study of Journalism (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>), e a UNESCO disponibilizam dados periódicos, por exemplo, sobre os usos dos *media mainstream*, da *internet* e das tecnologias digitais, por país e no mundo. São também fontes importantes, pela a atualização da informação que promovem, os



Biblioteca On-line
de Ciências da
Comunicação (BOCC)



Media e do Jornalismo



Estudos do Século XX



Biblioteca do
Conhecimento
On-line (B-On)



Mediapolis



Revcom

sítios de agências internacionais como *Freedom House*, *Repórteres sem Fronteiras* e *Global Media Forum*.

Salienta-se, também, os sítios portugueses de instituições que coletam dados na área da comunicação, dos *media* e das telecomunicações, tais como a ANACOM (Autoridade Nacional das Comunicações, www.anacom.pt/), o OBERCOM (Observatório da Comunicação, www.obercom.pt/) e a ERC (Entidade Reguladora da Comunicação, www.erc.pt/). Evidencia-se a importância de conhecer bases de dados estatísticas que permitem a contextualização, social, política e económica das pesquisas sobre os *media*, tais como as produzidas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE, www.ine.pt/), pela Pordata (www.pordata.pt/) e, no contexto europeu, o EUROSTAT (https://ec.europa.eu/info/departments/eurostat-europea-n-statistics_pt).

O conhecimento e consulta desta bibliografia não dispensam leituras obrigatórias, algumas das quais serão comentadas em seguida. As normas de referência bibliográficas obedeceram às Regras Normalizadoras A.P.A. (American Psychological Education) sendo que, na sua tradução para o português, e quando houve dúvidas, recorreu-se à versão das normas da Imprensa da Universidade de Coimbra.



Pew Research Center



ANACOM



OBERCOM



ERC



Reuters Institute for the
Study of Journalism



INE



Pordata



EUROSTAT

ALEXANDER, J. C.; Breese, E. B. & Luengo, M. (Eds.) (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. New York: Cambridge University Press.

Este trabalho centra-se na análise de fatores sociais e culturais que levam à crise do Jornalismo. A argumentação articula-se em torno de duas perspetivas: 1) mostrar como as conceções culturais interagiram com as mudanças económicas e tecnológicas para criar o sentimento de crise; 2) discorrer sobre como essas mesmas conceções culturais garantem que o Jornalismo, seja qual for a sua forma futura, possa cumprir adequadamente suas responsabilidades democráticas. Esta primeira afirmação é feita de forma convincente; o segundo é intrigante, mas dúvida. Além da introdução (por Alexander) e conclusão (por Breese e Luengo), o livro contém capítulos de Breese, Luengo e de outros autores que se envolvem com as ideias de Alexander, mas não necessariamente adotam o seu programa cultural original. Muitos dos autores deste volume são menos crédulos. Nielsen, por exemplo, faz uma distinção útil entre crises económicas, profissionais e de confiança e mostra como as políticas de *media* e as estruturas de mercado ajudam a explicar as diferenças nos tipos e graus de crise experimentados nas democracias ocidentais.

BAUER, M. W. & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, Petrópolis: Vozes. 516 p.

Obra composta por uma Introdução e quatro partes, com capítulos de autoria de diversos autores. Na Introdução delimita-se o âmbito do livro e os seus objetivos, tais como fornecer instrumentos de análise quantitativos e qualitativos, questões de epistemologia e terminologia. A Parte I integra os capítulos 2 a 7 e debruça-se sobre a forma de construir um *corpus* de pesquisa. A Parte II, capítulos 8 a 15, apresenta um conjunto de

enfoques analíticos sobre texto, imagem e som. Na Parte III, capítulos 16 e 17, focam-se análises que recorrem a *softwares* especializados. A Parte IV, capítulos 18 e 19, centra-se em questões éticas e de boas práticas. No final é apresentado um glossário. Trata-se de uma obra vocacionada para a análise empírica, apresentando os métodos de análise de forma muito pragmática e didática. A componente de crítica às metodologias e aos métodos não faz parte dos objetivos deste livro.

BERGER, A.A. (2000). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. London: Sage. 295 p.

Obra composta por uma Introdução e cinco partes. Na Introdução o autor faz um levantamento das disciplinas que suportam a análise dos fenómenos sociais e da comunicação de massas. Considera que esta atividade crítica deu origem a uma “metadisciplina”. Enuncia as vantagens e desvantagens das metodologias qualitativas e quantitativas. Na Parte I, que compreende os capítulos 1 e 2, define pesquisa e refere a importância da pesquisa bibliográfica. Na Parte II, capítulos 3 a 6, descreve e avalia os métodos da pesquisa textual (análise semiótica, análise retórica, análise crítica e crítica psicológica). A Parte III, capítulos 7 a 10, incide sobre a descrição e avaliação dos métodos de pesquisa qualitativa: entrevistas, análise histórica, etnografia e observação participada. Na Parte IV, capítulos 11 a 14, o autor debruça-se sobre as pesquisas quantitativas (análise de conteúdo, inquéritos, experiências, estatísticas descritivas). A Parte V, capítulos 15 e 16, incide sobre os erros que os trabalhos de investigação devem evitar e sobre as formas de escrever e apresentar trabalhos e relatórios científicos. Trata-se de uma abordagem com uma perspetiva interdisciplinar muito forte, num estilo muito didático, com recurso a desenhos, imagens e exercícios. As questões teóricas e conceptuais são apenas enunciadas, sem muita profundidade.

BHATTACHERJEE, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Tampa: University of South Florida. 150p. Textbooks Collection. 3. Disponível em http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3

Obra que compreende cinco partes e dezasseis capítulos. A primeira parte intitulada *Introduction to Research* compreende 4 capítulos que abordam a ciência e a pesquisa científica (1º cap.); pensar como um cientista (2º cap.); o processo de pesquisa (3º) e as teorias da pesquisa científica (4º cap.). Na segunda parte intitulada *Basics of Empirical Research* aborda-se o desenho da pesquisa (5º cap.); a mensuração dos constructos (6º cap.); a escala de confiança e validade (7º cap.) e as amostras (8º cap.). Na terceira parte *Data Collection* o foco é nos inquéritos (9º cap.), nas pesquisas experimentais (10ª cap.), nos estudos de caso (11º cap.) e nas pesquisas interpretativas (12ª cap.). A quarta parte insere sobre *Data Analysis* e aborda a análise qualitativa (13º cap.), a análise quantitativa e estatística descritiva (14º cap.) e a análise quantitativa e estatística inferencial (15º cap.). Por último, no *Epílogo* (16º cap.), faz-se referência às questões éticas da investigação. Trata-se de um manual didático e introdutório sobre a investigação em Ciências Sociais que oferece um enquadramento teórico e conceptual sólido e exemplos ilustrativos. Discute, também, os problemas éticos que se levantam à pesquisa em Ciências Sociais.

BRAGA, J.L.; Lopes, M.I.V. de; Martino, L.C. (Orgs.) (2010). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus. 435p.

Esta obra inclui uma apresentação e um prefácio, seguindo-se três partes, envolvendo artigos de outros autores para além dos organizadores. O Prefácio é assinado por Guillermo Orozco Gómez que discute as práticas e as agendas da investigação empírica. Na Parte I, constituída por 5 capítulos, abordam-se as questões teórico-epistemológicas. A Parte II

inclui reflexões sobre temas e objetos (capítulo 6 a 12) e a Parte III, com o título “Encaminhamentos metodológicos” (capítulos 13 a 18), apresenta estudos de caso que recorrem a diversos métodos. Trata-se de uma obra com capítulos teóricos e outros de apresentação de estudos empíricos. Os que abordam teoricamente a pesquisa empírica são originais no que toca ao cruzamento das Ciências Sociais com a área de Estudos sobre Comunicação.

DECON, D.; Pickering, P.; Murdock, G. (1999). *Researching communications*. London: Arnold. 427 p.

Obra composta por quinze capítulos, um glossário, uma bibliografia geral e um índice. No capítulo 1, faz-se a apresentação da obra e da orientação teórica e metodológica que a suporta. Refere-se a interdisciplinaridade e os múltiplos conceitos de comunicação e da *Communication Research*. No capítulo 2, aborda-se a pesquisa bibliográfica e, sobre fontes documentais, dá-se como exemplo a pesquisa sobre a propriedade dos *media* e o uso de documentos de arquivos de empresas. O capítulo 3 discorre sobre amostra, tipos de amostra e representatividade das amostras. O capítulo 4 debruça-se sobre os inquéritos e formas de realização de inquéritos, apresentando elementos para a formulação de perguntas de investigação. No capítulo 5, disserta-se sobre questões relacionadas com estatística e elaboração de gráficos. O capítulo 6 é dedicado à análise de conteúdo, procedimentos e resultados. O capítulo 7 foca-se na análise de textos, referindo as análises semiótica e estruturalista vocacionadas para a *Communication Research*. O capítulo 8 aprofunda outras metodologias de análise linguística e apresenta as limitações da análise textual. O capítulo 9 incide sobre a análise da imagem fixa e em movimento. Em seguida (capítulo 10) apresentam-se dois estudos de caso onde se interpreta uma fotografia publicada num jornal e uma peça de noticiário. No capítulo 11 discorre-se sobre os princípios de observação, os tipos de observação, vantagens e desvantagens deste método. O capítulo 12 é dedicado à comunicação

interpessoal nos *media* e focam-se as metodologias de história de vida. Em seguida (capítulo 13) faz-se uma incursão pela análise conversacional e análise do discurso, tomando como exemplo os discursos políticos. No capítulo 14, focam-se dois programas de computador direcionados para a pesquisa: o Statiscal Package for Social Science (SPSS) que apoia os estudos estatísticos fundados na análise de conteúdo; o NUD*IST que apoia as análises qualitativas baseadas em entrevistas. No último capítulo (15) faz-se um balanço da pesquisa em *Communication Research*, discutindo o que pesquisar, o porquê de pesquisar e como pesquisar. Segue-se um glossário envolvendo termos metodológicos. Trata-se de uma obra exaustiva, compreendendo uma sistematização de todas as abordagens metodológicas aos objetos e fenómenos da *Communication Research*. O recorte teórico está muito direcionado para esta pesquisa e está organizada de forma didática, apresentando sempre vantagens e desvantagens das metodologias expostas.

FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold. 214 p.

Obra constituída por 10 capítulos e uma bibliografia final. O autor inicia o livro, capítulo 1, apresentando os objetivos. Em seguida, faz uma descrição e apreciação sobre as diferentes aproximações e escolas de análise do discurso (capítulo 2). No capítulo 3, centra-se na comunicação de massa e nas suas características tendo em atenção os contextos económicos e de produção. No capítulo 4, faz uma abordagem ao discurso fundada numa perspetiva crítica e no capítulo seguinte detém-se na intertextualidade das notícias. O capítulo 6 analisa as representações mais comuns presentes em documentários e notícias. No capítulo 7 focaliza as identidades e as relações sociais presentes em determinados temas dos textos mediáticos. No capítulo 8 apresenta como estudo de caso o programa *Crimewatch* no Reino Unido e no nono faz uma incursão pelo discurso político dos *media*. No capítulo 10, ressalta a importância de metodologias críticas de análise do discurso, tendo como objeto os *media*.

Trata-se de uma obra exaustiva na linha da Análise Crítica do Discurso, que apresenta uma revisão bem estruturada de outras correntes. Procura, também, apresentar estudos de caso sobre os *media*, descrevendo as etapas e instrumentos de análise.

GUERRA, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Estoril: Principia. 95 p.

Obra constituída por Introdução e 4 capítulos. Na Introdução a autora explica o objetivo da obra e coloca-se a favor de uma investigação que privilegie o paradigma compreensivo em detrimento das metodologias lógico-dedutivas. No capítulo 1, *A diversidade de paradigmas de referência e os pressupostos das metodologias compreensivas*, a autora aborda as metodologias que devem ser utilizadas em entrevistas e na recolha de histórias de vida. No capítulo 2, *A opção pelas metodologias compreensivas e diversidade de utilização*, descreve as posturas teórico-epistemológicas que presidem à utilização de metodologias compreensivas. No capítulo seguinte, a autora foca-se nas técnicas e práticas qualitativas, nomeadamente na construção do modelo e na formulação de hipóteses. No capítulo final, descreve como se deve analisar o material recolhido, com recurso à análise de conteúdo. Trata-se de uma obra didática, organizada como um manual, que apresenta de forma pormenorizada as etapas de investigação qualitativa.

HAMMERSLEY, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: principles in practice*. London: Routledge. 273 p.

Obra constituída por dez capítulos, sendo que, no primeiro, os autores discorrem sobre o que é etnografia. O capítulo 2 refere-se aos problemas relativos ao desenho da pesquisa e da amostra. Nos dois capítulos seguintes (3º e 4º), enfoca-se o acesso e o tipo de relações com o terreno.

O capítulo 5 descreve o papel dos relatos orais e das entrevistas e, no seguinte (capítulo 6), a importância dos documentos e outros objetos para os estudos etnográficos. No capítulo 7, fala-se do registo e organização de dados e, no capítulo seguinte, dos procedimentos de análise (capítulo 8). Nos dois últimos capítulos, enfatiza-se os procedimentos de escrita (capítulo 9) e de ética que deve presidir a esta metodologia (capítulo 10). Trata-se de um manual sobre os princípios de pesquisa etnográfica em Ciências Sociais, escrito de forma didática.

JENSEN, K. B. & Jankowski, N. (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge. 272 p.

Obra composta por uma Introdução e três partes, com capítulos de diversos autores. Na Introdução, defende-se a necessidade de estudos qualitativos e a pertinência dos seus objetivos. Na Parte I, dedicada à História, capítulo 1 e 2, faz-se uma revisão de literatura sobre os estudos qualitativos. A Parte II, intitulada *Systematics*, composta pelos capítulos 3 a 10, aborda as instituições dos *media*, os conteúdos dos *media*, as audiências dos *media* e os contextos dos *media*, apresentando análises e reflexões teóricas e metodológicas de carácter qualitativo. A Parte III, *Pragmatics*, integra os capítulos 11 e 12 e é dedicada à apresentação da teoria pragmática de análise e a um estudo de caso sobre os *media* e a educação numa determinada comunidade. Trata-se de uma obra estruturante que cobre de forma sistemática a trajetória dos estudos qualitativos. É também de referir que apresenta o texto clássico de Gaye Tuchman, intitulado *Qualitative methods in the study of news* (pp.79-92).

KATZ, J.E. & Mays, K.K. (2019). *Journalism and Truth in an Age of Social Media*. Oxford: Oxford Press Online (Doi:10.1093/050/9780191900250.001.0001)

Obra constituída por quatro Partes e uma Introdução. Na Parte I “Democracy, News and Society” aborda-se as *Chamadas* na imprensa, a responsabilidade jornalística na seleção e tratamento da informação e a desinformação. Na Parte II, “Pillars of Truth in Journalism”, discute-se a verdade na perspectiva do Jornalismo e a verdade jornalística. A Parte III, “Craft of Journalism and Truth”, reflete-se sobre as falsas notícias e o estilo conflituoso da informação, sobre a investigação jornalística, a verificação de fontes, o processo de produção das notícias e o papel das tecnologias na expansão da desinformação. A Parte IV, “Reception and Perception”, incide sobre as audiências e as *Fake News* e as características emocionais dos *media* sociais. Segue-se uma conclusão que põe em discussão o Jornalismo e os *media* sociais. Trata-se de uma obra que relaciona de forma clara o Jornalismo os *media* sociais e a democracia, atribuindo às tecnologias de informação e comunicação um papel determinante nas mudanças políticas e sociais, a partir da ênfase no imediatismo e nas emoções.

LAGO, C. & Benetti, M. (2007). *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes. 86 p.

Obra composta por prefácio, apresentação e três partes, com capítulos de diversos autores. Na Parte I, capítulos 1 a 4, são abordados métodos, conceitos e interações disciplinares com o Jornalismo. A Parte II, que integra 4 capítulos, apresenta métodos de análise, tais como análise do discurso, do conteúdo, pragmática da narrativa e análise assistida por computador. Na Parte III são descritas quatro pesquisas em áreas de Jornalismo que utilizaram diversos métodos. Trata-se de uma obra

direcionada para os métodos e as pesquisas em Jornalismo, sendo por isso um manual didático para os estudantes do curso de Jornalismo.

LOPES, M. I. V. (Org.) (2003). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola. 345 p.

Obra constituída por uma apresentação e cinco partes, com capítulos assinados por diversos autores, em português e castelhano. A Parte 1 está subordinada ao título *As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação*, discutindo em quatro capítulos os desafios epistemológicos dos estudos sobre comunicação. Na Parte 2, *Atravessando fronteiras: as interfaces da comunicação*, apresenta uma abordagem dos diversos paradigmas que subjazem à pesquisa em comunicação e aos estudos dos *media*. Na Parte 3, *Teorias e metodologias no campo da comunicação*, salienta-se alguns aspetos da pesquisa em comunicação e questões de hermenêutica nos estudos dos fenómenos mediáticos. A Parte 4, *A disciplinarização da comunicação*, foca os desafios que envolvem o campo disciplinar da comunicação e enfatiza a sua interdisciplinaridade. A Parte 5 é dedicada à discussão do futuro, no campo da comunicação. Trata-se de uma obra com artigos muito instigantes e originais, que sustentam o campo das Ciências da Comunicação e os estudos sobre os *media*.

MAINGUENEAU, D. (2007; 2012). *Analyser les textes de communication*. 2^e ed. Paris: Armand Colin. 213p.

Obra constituída por 21 capítulos e uma conclusão. No 1º capítulo o autor aborda os contextos mediáticos da enunciação, seguindo-se a apresentação das leis do discurso no 2.º capítulo. No capítulo 3, descreve as competências que estão subjacentes, partindo para a definição (capítulo 4) de discurso,

enunciado e texto, assim como a caracterização dos tipos e géneros de discurso (Capítulo 5). No capítulo 6, aborda o discurso em função do conceito de *medium*, descrevendo os cenários de enunciação (capítulo 7). Em seguida (capítulo 8) discorre sobre o *ethos* dos discursos mediáticos e a reflexividade que comportam (9 e 10 capítulos). Os capítulos 11 e 12 focalizam-se na enunciação: quer na utilização da modalidade e dos embaixadores de discurso, quer no emprego dos pronomes nos discursos e nas formas de discurso, direto, indireto, formas híbridas (capítulo 12, 13 e 14). Nos capítulos seguintes, descreve as modalizações dos discursos e o papel da enunciação dos nomes próprios, marcas e designação de produtos (capítulos 15 a 19), sendo que nos últimos (20 e 21) reflete sobre procedimentos de coesão textual. Trata-se de uma obra fundamentada na sociolinguística apresentada de forma didática. Os conceitos são expostos de forma clara, são apresentados casos e sugeridos exercícios.

OMENA, J.J. (Org.). (2019). *Métodos Digitais. Teoria-Prática-Crítica*. Lisboa: Livros ICNOVA. 225p. Disponível em <https://www.icnova.fcsh.unl.pt/metodos-digitais-teoria-pratica-critica/>

Obra constituída por uma Introdução e cinco capítulos desenvolvidos por diversos autores. Na Introdução, a organizadora discute o que se entende por métodos digitais que define como “uma prática de pesquisa quali-quantitativa que re-imagina a natureza...”. No capítulo UM designado *Fundamentos* são abordados os *Métodos Digitais* e o *Tecido Social* dos mesmos. No capítulo DOIS apresentam-se os *Conceitos, abordagens e práticas* e discute-se a *Plataformização da Web* e os usos dos *media* sociais. No capítulo TRÊS intitulado *Redes Digitais e affordances visuais* foca-se o Jornalismo de dados a partir da exploração visual e do *Sistema de leitura de redes digitais multiplataforma*. No capítulo QUATRO designado *O pensamento nativamente digital* discorre-se sobre os *Métodos digitais nos estudos em saúde* e o *Papel do designer no conteúdo do Data Sprint*. No

capítulo CINCO com o título *Explorar Praticamente, Navegar Criticando* introduz-se o tema da produção e consumo de vídeos em 360° e a circulação de imagens entre plataformas. Trata-se de uma obra original e crítica que se centra em temas atuais do mundo digital. A obra apresenta perspectivas metodológicas inovadoras que põem em causa procedimentos consolidados na investigação sobre os *media* sociais, ao mesmo tempo que avança com recursos e instrumentos alternativos.

PEDRO, E. R. (Coord.) (1997). *Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho. 396 p.

Obra constituída por um prefácio e duas partes integrando onze capítulos. A Parte I, intitulada *Dimensões teóricas e metodológicas*, capítulos 1 a 5, reflete sobre aspetos do discurso e do poder, bem como a importância dos atores sociais. Na Parte II, *Dimensões da aplicação*, capítulos 6 a 11, são apresentados alguns estudos de caso, nomeadamente análises críticas do discurso sobre os *media*, da autoria de investigadores portugueses e espanhóis. Trata-se de uma obra fundamental sobre a análise crítica do discurso: uma antologia de artigos de referência dos principais autores da ACD (Gunther Kress, Norman Fairclough, Ruth Wodak, Van Dijk, van Leeuwen) publicados em português, onde se faz a exposição dos princípios teóricos e se apresentam casos ilustrativos da aplicação de conceitos e teorias.

PEIXINHO, A. T. & Araújo, B. (Orgs.) (2017). *Narrativa e Media: Géneros, Figuras e Contextos*. Coimbra: IUC. 454 p.

Esta é uma obra de natureza coletiva e multidisciplinar, composta por 14 capítulos de autores de diferentes geografias, com incidência no espaço de língua portuguesa, dedicados ao estudo e compreensão das narrativas mediáticas. Este livro tem como principal mérito convocar o que de mais

recente se tem estudado no domínio dos Estudos Narrativos Mediáticos no mundo lusófono, nomeadamente nas academias portuguesa e brasileira, permitindo sistematizar o estado da arte de algumas problemáticas, em termos de fenomenologia narrativa e da operatividade de alguns conceitos e categorias narrativas particularmente fecundas nos *media*. Neste sentido, abordam-se nesta obra temáticas centrais nos Estudos Narrativos Mediáticos: i) por um lado, o enquadramento epistemológico dessa subárea, as necessárias clarificação e atualização de quadros conceptuais, e a reflexão sobre propostas metodológicas; ii) por outro, a delimitação de contextos comunicacionais que muito beneficiam de uma abordagem narrativa, tais como os textos de imprensa, a construção de personagens mediáticas (em narrativas factuais e ficcionais) e o funcionamento da narrativa nos *media* digitais. Trata-se, assim, de uma obra que permite a compreensão do funcionamento das narrativas mediáticas, objeto complexo e multimodal, através de olhares multidisciplinares, capazes de congregar elementos teóricos e metodológicos dos estudos mediáticos, com extensões nos planos histórico, social, político e cultural. Uma das suas valências é, precisamente, reforçar a integração do estudo dos *media* numa mais ampla reflexão teórica sobre narrativa, com contributos de especialistas quer das Ciências da Comunicação, quer de outras áreas das Ciências Sociais, Artes e Humanidades.

PICKERING, M. (Ed.) (2008). *Research Methods for Cultural Studies*. Edimburgh: Edimburgh University Press. 240p.

Obra constituída por uma Introdução, 10 Secções e 10 capítulos. A Secção 1, *Lives and Lived Experience*, discorre sobre o papel da experiência individual e das histórias do mundo social que influenciam a investigação dos fenómenos sociais. A Secção 2, *Production and Consumption*, reflete a cerca dos produtores culturais e dos consumidores de cultura. Na Secção 3, *Quantity and Quality*, é abordada a análise de conteúdo e o papel da observação na investigação. A Secção 4 *Texts and Pictures* incide na

experiência da análise visual e discute a análise do discurso. Na Secção 5, *Linking with the Past*, debruça-se sobre a memória como objeto e instrumento da pesquisa e o seu papel na história. Trata-se de uma obra que aborda conceitos, metodologias e métodos de investigação de forma original e criativa, promovendo e estimulando abordagens empíricas diferenciadas aos fenómenos sociais.

QUIVY, R. & Van Campenhoudt, L. (1992). *Manual de investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva. 275 p.

Obra composta por Introdução e sete partes. Na Introdução, *Objetivos e procedimentos*, os autores definem estas etapas da investigação. Na primeira etapa, *A pergunta de partida*, apresentam-se os critérios de uma boa pergunta de partida e a exploração, bem como as leituras que lhe devem estar agregadas, as entrevistas exploratórias e os métodos complementares. Na terceira etapa foca-se a problemática e o tipo de problemáticas. Na quarta parte, *A construção do modelo de análise*, apresentam-se dois modelos de análise e as relações que deverão estabelecer com as hipóteses. Na quinta etapa, dedicada à *Observação*, traça-se um quadro da observação e dos instrumentos que permitem a recolha de dados. Na sexta parte procede-se à *Análise das informações* e à apresentação dos principais métodos de análise das informações. Na sétima parte, são descritas as *Conclusões* e feita uma recapitulação das operações de pesquisa efetuada. Trata-se, como o título deixa antever, de um manual com vista a ensinar procedimentos de pesquisa. Está escrito de forma didática e contém numerosos exemplos.

REBELO, J. (2000). *O discurso do Jornal*. Lisboa: Editorial Notícias. 158 p.

Obra que se inicia pela análise da objetividade e das competências dos jornalistas. Foca os processos e estratégias de enunciação na produção

da informação, ressaltando o papel da citação, da modalização, da dicção, da argumentação, implicação, denegação, da exortação e da referencialização.

Trata-se de uma obra importante para as análises textuais (discursivas e narrativas) sobre a imprensa, que contém exemplos lustrativos.

RECUERO, R. (2009). *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina. 191p.

Obra constituída por duas partes. Na Parte 1, *Redes Sociais na Internet*, há três subcapítulos: *Os elementos das Redes Sociais na Internet*; *as Tipologias das Redes Sociais na Internet* e *as Dinâmicas das Redes Sociais na Internet*. Na Parte 2, intitulada *Aspectos do Estudo das Redes Sociais na Internet*, são analisados em quatro subcapítulos os seguintes temas: *Tipos de Redes Sociais na Internet*; *Sítios de Redes Sociais*; *Difusão de Informação em Redes Sociais* e *as Comunidades em Redes Sociais*. Segue-se um *Epílogo* e a contextualização dos sítios de redes sociais, citados ao longo da obra, e um glossário.

Trata-se de uma obra didática que introduz conceitos e teorias e constitui um instrumento valioso, para a compreensão do funcionamento das redes sociais, nas suas dimensões tecnológica e social.

REIS, C. (2018). *Dicionário de Estudos Narrativos*. Coimbra: Almedina (582 p.)

Geneticamente ligado ao *Dicionário de Narratologia* publicado em 1987, este *Dicionário de Estudos Narrativos* é uma obra nova, fruto de uma renovação profunda da área e de um rigoroso trabalho de sistematização teórica e de atualização conceptual. A apropriação da narrativa por diversas áreas e subáreas das Ciências Sociais e das Humanidades tem-se revelado, ao longo das três últimas décadas, muito útil e promissora, assentando fundamentalmente em três propriedades da narrativa: a sua

temporalidade, o seu sentido e a sua dimensão social. Uma leitura deste *Dicionário* permite perceber que os mais de cem novos verbetes que o compõem resultam precisamente deste movimento de alargamento e pluralização: por um lado o alargamento do campo de estudos – traduzido nas onze narratologias aqui elencadas (cognitiva, feminista, musical, não natural, transmédia, etc.) – por outro, a diversidade de narrativas e de suportes expressivos – que obrigou o autor a integrar verbetes sobre narrativa televisiva, narrativa digital, seriado, documédia, ficção hipertextual, jogo, hiperficção, *soap opera*, etc. Dos 223 verbetes que o compõem, 113, ou seja, mais de metade, são totalmente novos e contemplam conceitos que cobrem, além da i) diversidade de suportes expressivos das narrativas da contemporaneidade e ii) do alargamento do campo de estudos, iii) a renovação de algumas categorias e iv) a transmodalidade da narrativa. Das restantes 110 entradas pelo menos 15 foram rearmadas, sofrendo desdobramentos conceptuais e uma revisão profunda; 37 verbetes do antigo *Dicionário de Narratologia* foram suprimidos. Num notável trabalho de sistematização, o que Carlos Reis nos oferece no *Dicionário de Estudos Narrativos* é um estado da arte rigoroso e circunstanciado de um conjunto de teorias, categorias e conceitos relativos ao estudo da narrativa, que permite ao leitor compreender as derivas da área e as injunções disciplinares que ela hoje convoca. Acresce à síntese, o apreciável esforço de atualização para o qual não é despendendo o número de títulos que compõem a bibliografia teórica e crítica: 684 títulos que, não preterindo os clássicos, abrangem o que de mais recente se tem publicado no mundo sobre narrativa.

ROSE, G. (2001). *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage. 229 p.

Obra constituída por uma introdução e oito capítulos. No primeiro capítulo a autora declara pretender desenvolver uma aproximação metodológica

crítica aos materiais visuais. Em seguida, o capítulo 2 foca-se na interpretação de quadros famosos e avança com alguns princípios de análise. Nos capítulos seguintes, sistematiza diversas metodologias de análise aplicadas a objetos visuais: capítulo 3, análise de conteúdo; capítulo 4, análise semiológica; capítulo 5, psicanálise; capítulos 6 e 7 análise do discurso e no último capítulo (8) disserta sobre métodos mistos nas análises visuais. Trata-se de um manual dedicado à análise visual, focado sobretudo nas imagens fixas. Apenas o capítulo 8 se refere aos *media*.

SANTOS, J. V. (2011). *Linguagem e Comunicação*. Coimbra: Almedina. 248p.

Esta obra convida o leitor a imergir em questões nevrálgicas das ciências da linguagem, fornecendo os instrumentos essenciais para uma compreensão circunstanciada do funcionamento da linguagem verbal, da língua, da enunciação e do discurso. Fá-lo num estilo fluido, claro, imagético, pedagógico, mas muito rigoroso. Do ponto de vista do conteúdo, creio que foca as principais temáticas relacionadas com a comunicação e a linguagem humanas: desde os princípios semióticos, que aqui surgem muito bem esclarecidos, compreensíveis e descodificados, até à construção discursiva de textos argumentativos, questão extremamente sensível nos nossos dias e cada vez mais relevante. A ilustração de teorias através de exemplos muito concretos, retirados do quotidiano, facilmente legíveis, tem um duplo mérito: por um lado, consegue chegar ao leitor menos preparado nestas matérias, levando-o a visualizar e perceber conceitos mais abstratos; por outro lado, esses mesmos exemplos conseguem dar a entender a utilidade das abordagens e das teorias de filósofos da linguagem de linguistas e semiólogos. Está organizado em quatro grandes capítulos cujos títulos são suficientemente esclarecedores para guiar o leitor numa viagem pelo universo da comunicação verbal; possui um sumário bastante bem organizado que permite encontrar rapidamente o subcapítulo que interesse. Num primeiro capítulo, intitulado “Da linguagem à comunicação”, Joana Santos introduz a problemática central

da obra, recolhendo contributos bibliográficos dos autores de referência da Semiótica e dos Estudos Linguísticos. Do modelo saussureano, que explica a língua de forma científica, até a autores mais recentes que abrem o campo de estudos para a pragmática, a autora percorre a abordagem à linguagem verbal, às suas funções e, sobretudo, ao seu papel matricial na comunicação humana. Já no segundo e terceiro capítulos, intitulados respetivamente “Eu e Tu: a identidade na comunicação interpessoal” e “Entre nós: a cooperação na comunicação em grupo”, são circunstanciadamente explicados ao leitor os processos de comunicação como alicerces básicos e fundamentais da vida em sociedade. Na verdade, é pela linguagem e através da comunicação que nos construímos como indivíduos e que construímos todas as relações interpessoais. Fazemo-lo através de textos, de enunciados vários, desde as situações mais básicas e elementares, aos discursos mais complexos e elaborados. O quarto capítulo, intitulado “Do orador para a audiência: a argumentação na comunicação pública” é o mais extenso do livro, mas também aquele em que a sua atualidade surge de forma mais evidente. Aqui a autora debruça-se sobre a construção do espaço argumentativo, procedendo a uma circunstanciada revisão bibliográfica que se inicia com Aristóteles e termina nos autores norte-americanos que recuperaram, em pleno século XX, os estudos de Retórica: Toulmin e Perelman. Com base neles, Joana Santos analisa os fenómenos de comunicação atuais, quer nos *media*, quer nas redes sociais, à luz da construção do espaço público fundado na palavra argumentativa.

SCHROEDER, R. (2018). *Social theory after the internet: Media, Technology and Globalization*. London: UCL Press. 190 p.

Obra constituída por sete partes. A 1ª Parte intitulada *Internet in Theory* aborda as teorias dos novos e tradicionais *media*, a autonomia dos subsistemas mediáticos, o papel dos *media* na cultura, economia e política, e os receios colocados pelo determinismo tecnológico. A 2ª Parte denominada

Media Systems, Digital Media and Politics compreende teorias dos *media* digitais e da política, os sistemas mediáticos, digitais e políticos na Suécia, nos Estados Unidos, na China e na Índia. Na 3ª Parte com o título *Digital media and the rise of right-wing populism* analisa a campanha de Trump via *Twitter*, o papel dos *medias* sociais na ascensão da alternativa democrática na Suécia, o *Twitter* e o nacionalismo religioso na Índia de Modi e as campanhas nas redes sociais do governo chinês contra o nacionalismo. Na 4ª Parte intitulada *The internet in everyday life I: sociability* reflete sobre expansão dos *media* sociais, a sociabilidade à distância, a co-visualização e a globalização da sociabilidade. A Parte 5ª *The internet in everyday life II: Seeking Information* foca as novas infraestruturas da informação, o papel das empresas tecnológicas e dos motores de busca na informação, a universalização de ferramentas tecnológicas e de informação, como a *web* e *Wikipedia*. Na Parte 6ª *Big data: shaping Knowledge, shaping everyday day* discute os *big data*, os seus usos e limites nas Ciências Sociais e as políticas públicas face aos usos dos *big data*. A Parte 7ª *Futures* reflete sobre *Media*, Globalização e Tecnologia, os usos e limites da tecnologia, as necessidades de informação e o acesso aberto à informação.

Trata-se de uma obra de amplo escopo que aborda temas diversos e determinantes numa sociedade global pautada por um ecossistema híbrido e multifacetado. Há uma atenção especial ao papel das tecnologias e dispositivos digitais na política, nomeadamente no crescimento dos populismos e autoritarismos.

SLOAN, L. & Quan-Haase, A. (Orgs.) (2017). *Social Media Research Methods*. London: Sage. 679 p.

Manual constituído por uma introdução, sete partes e 39 capítulos de diversos autores. Na Introdução (1º capítulo) os organizadores apresentam os objetivos, desafios e perspetivas inovadoras da investigação sobre os

media sociais. Na Parte I, intitulada *Conceptualising & Designing Social Media Research*, estão incluídos 7 capítulos. O Cap. 2º reflete sobre a caracterização e abrangência dos *media* sociais; o Cap. 3º discute o papel e o desafio dos *Big Data*; o Cap. 4º salienta a necessidade da investigação sobre os *media* sociais contarem com equipes interdisciplinares e os desafios que esta exigência envolve; o Cap. 5º aborda os problemas éticos, na perspectiva dos utilizadores, que advém da investigação sobre os *media* sociais; o Cap. 6º incide na apresentação virtual do Eu, na construção de personalidades virtuais e questões relacionadas com a gestão da reputação nos *media* sociais; o Cap. 7º sinaliza o papel das Ciências Sociais na análise do *Twitter* com base em proximidades geográficas. A Parte II, intitulada *Collection & Storage*, compreende dos capítulos 8º ao 12º. No Cap. 8º são tratadas as estratégias e pressupostos que devem anteceder a recolha de dados nas pesquisas sobre os *media* sociais; o Cap. 9º traça uma perspectiva abrangente do designado processo “pipeline” de análise de dados dos *media* sociais; o Cap. 10º enfatiza o papel das aplicações e interfaces de programação na construção de amostras nos *media* sociais; o Cap. 11º reflete sobre o armazenamento, tratamento e preservação de dados; o Cap. 12º discorre sobre o uso dos *media* sociais na recolha de dados e a utilização de programas específicos para a sua análise. A Parte III, intitulada *Qualitative Approaches To Social Media Data*, envolve os capítulos 13º ao 17º. O Cap. 13º incide sobre os chamados *small data* e os desafios que colocam à investigação em *media* sociais, nomeadamente no que se refere à validação das amostras; o Cap. 14º aborda as características de visualização nos *media* sociais, tendo como objetivo a busca, circulação e práticas de utilização de imagens; o Cap. 15º trata da codificação de dados não textuais, tais como vídeo e fotografias; o Cap. 16º apresenta o *Twitter* como método de pesquisa nos *media* sociais enfatizando as vantagens e desvantagens da sua utilização; o Cap. 17º discorre sobre o paradigma da narratividade na análise de pequenas histórias no *Facebook* e no *Youtube*. A Parte IV, intitulada *Quantitative Approaches To Social Media Data*, compreende os capítulos 18º ao 21º.

O Cap. 18º centra-se na análise geoespacial dos *media* sociais e foca a recuperação, construção de amostras e codificação dos dados, *Geospatial Analysis*; o Cap. 19º discorre sobre métodos de calcular a centralidade nas redes sociais; o Cap. 20º apresenta e discute os modelos de análise preditiva fundados em dados de *media* social; o Cap. 21º aborda a necessidade crescente de verificar a informação e criar mecanismos de controle da qualidade. A Parte V, intitulada *Diverse Approaches to Social Media Data*, compreende os capítulos 22º a 25º. O Cap. 22º trata da relação entre lugares físicos e suas representações hiperlocais nas *media* sociais; o Cap. 23º assinala as oportunidades e desafios metodológicos colocados pela análise de dados provenientes dos *media* sociais; o Cap. 24º apresenta exemplos da sonificação e a construção de padrões e tendências de comunicação nos *media* sociais; o Cap. 25º introduz um projeto sobre micro serviços inovadores com reconhecimento de localização social para telemóveis. A Parte VI, intitulada *Research and Analytical Tools*, compreende os capítulos 26º a 32º. No Cap. 26º é apresentada a aplicação inter-plataforma Java COSMOS que permite colectar, misturar e visualizar dados dos *media* sociais sem necessitar de linguagem de programação; o Cap. 27º com base nas limitações impostas pelas empresas proprietárias à pesquisa sobre os *media* sociais, introduz a *open source* Social Lab, uma rede com as mesmas funcionalidades do *Facebook*; o Cap. 28º apresenta o *software* R, uma linguagem de programação gratuita para Análise dos *media* sociais; o Cap. 29º descreve o programa GATE uma ferramenta *open source* para processamento da linguagem natural; o Cap. 30º descreve as funcionalidades da ferramenta Netlytic na análise de dados do Twitter durante a revolução Ucrainiana de 2014; o Cap. 31º discorre sobre métodos analíticos de texto visual adequados à análise de tendências temáticas em dados de *media* social; o Cap. 32º aborda a análise automática de sentimentos nos *media* sociais. A Parte VII, intitulada *Social Media Platforms*, compreende os capítulos 33º a 39º. O Cap. 33º centra-se no *Twitter* e nos desafios associados à recolha e análise de dados nesta plataforma; o Cap. 34º explora desafios e oportunidades dos

dados da plataforma *Instagram*; o Cap. 35º discorre sobre os serviços de *microblogging* oferecidos na China pelo *Weibo*; o Cap. 36º explora as funcionalidades da plataforma de partilha de localização *Foursquare*; o Cap. 37º sumaria as principais abordagens metodológicas utilizadas pelos cientistas sociais e computacionais para a análise das motivações na utilização do *Facebook*; o Cap. 38º aborda a plataforma *Vkontakte* e as relações que se estabelecem entre utilizadores na Ucrânia durante a revolução de 2014; o Cap. 39º oferece reflexões críticas sobre as diferentes propostas apresentadas neste manual.

VAN CAMPENHOUDT, L.(2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva. 313 p.

Obra constituída por uma Introdução, nove capítulos e uma conclusão. Na Introdução, o autor declara os objetivos e a metodologia que utilizará na exposição ao longo do livro. O capítulo 1, intitulado *Conhecer é, em primeiro lugar, conhecermo-nos*, o autor apresenta a obra de Richard Hoggart, *A Cultura do pobre*, e em seguida promove uma discussão sobre o etnocentrismo com base no trabalho de Sahlins. No capítulo 2, *Considerar qualquer maneira de viver como normal e aceitável*, é descrita e analisada a pesquisa de Goffman sobre os *Asilos*. Segue-se o texto de Merton sobre a lógica intencional e a lógica objetiva. No capítulo 3, *Libertarmo-nos das categorias de pensamento instituídas*, é relatada e avaliada a obra de Howard Becker, *Outsiders*, seguindo-se a apresentação do trabalho de Berger, Luckman e outros, *A construção social da realidade*. No capítulo 4, *Historicizar as estruturas sociais*, a pesquisa de referência apresentada é *A Dinâmica do ocidente*, de Norbert Elias, complementado pelo texto de Durkheim sobre *O social como totalidade*. No capítulo 5, *Captar a constituição simbólica do social*, aborda-se o texto de Marcel Mauss, *Ensaio sobre a dádiva*. No capítulo 6, *Estudar as relações*, a pesquisa de referência citada é a *Distinção* de Bourdieu, à qual se

segue o texto de Karl Marx *Contradições e conflitualidade do social*. No capítulo 7, *Destacar a especificidade das situações concretas*, discute-se o texto Weber, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, o qual é complementado com a exposição do texto de Boltanski e Chiapello *O novo espírito do capitalismo*. No capítulo 8, *Dar conta da Ação Coletiva concreta na sua complexidade*, a pesquisa de referência é *A formação da classe operária inglesa*, de Edward Thompson. A contribuição complementar vem do texto de Touraine e outros, intitulado *Do micro ao macro: os níveis de ação*. No capítulo 9, *Privilegiar o estudo do poder*, a pesquisa de referência citada é *A Elite no Poder*, de W.C. Mills. O contributo complementar vem do texto de Giddens e Beck *A sociedade do risco* e a transformação do político. Na conclusão o autor propõe uma reflexão sobre o social à luz destas teorias. Trata-se de um manual que utiliza a descrição de pesquisas empíricas realizadas para instigar a reflexão teórica. Apesar de as pesquisas não incidirem sobre os *media* os temas que são abordados estão constantemente nos *media*. Torna-se por isso uma obra fundamental para os estudantes aprenderem a analisar contextos sociais, políticos e económicos.

VAN DIJK, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Tradução de Zara Pinto-Coelho. Porto: Campo das Letras. 299 p.

Obra que reúne dez trabalhos de referência do autor sobre a Análise Crítica do Discurso (ACD), escritos entre 1991 e 2001, e traduzidos por Zara Pinto-Coelho que assina o prefácio. Como o autor explicita na curta introdução que escreve, os capítulos da obra evidenciam fundamentalmente a “reprodução das ideologias através desta forma crucial de discurso público que é a notícia”. Assim, no capítulo 1, descreve os fundamentos e metodologias da ACD e, nos capítulos 5, 6, 7, 9 e 10, desenvolve conceitos como os de ideologia, poder, contexto, cognição social, ilustrando sempre

com exemplos recolhidos na imprensa internacional. Os capítulos 2, 3, 4 e 8 são dedicados exclusivamente ao discurso jornalístico, no quadro das estruturas sociais e políticas, e a demonstrar como este conforma, configura e veicula ideologias, sendo um discurso de poder.

ZELIZER, B. (2017). *What Journalism Could be*. Malden: Polity Press. 256p.

Esta obra revê trabalhos anteriores da autora e propõe-se a reimaginar como o Jornalismo pode ser estudado como uma disciplina dinâmica em consonância com os fenómenos sociais. Reflete de forma aprofundada sobre a interdependência do Jornalismo com a Cultura, a Democracia e a Ética, a partir da revisão crítica de teorias consolidadas do Jornalismo. Põe em questão a relação entre Jornalismo e Democracia. Trata-se de um obra polémica e crítica das teorias do Jornalismo que fundamentam o ensino académico desta área. Desenvolve, igualmente, uma crítica aos académicos e professores dessa área disciplinar, acusando-os de estarem longe da realidade vivida pelos profissionais.

YIN, R. K. (2001). *Estudos de caso: planeamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman. 205 p.

Obra composta por seis capítulos. Na Introdução, o autor apresenta o estudo de caso como estratégia de pesquisa e os diferentes tipos de estudos de caso existentes. No capítulo 2, discorre sobre a qualidade dos projetos de pesquisa, seguindo-se (capítulo 3) a enunciação de princípios para a delimitação de um estudo de caso. No capítulo 4, refere os procedimentos para a coleta de evidências, sendo que no 5º se debruça sobre a interpretação das evidências recolhidas e no 6º sobre a elaboração de relatórios. Trata-se de uma obra didática, com muitos exemplos de investigação. É um manual fundamental para a elaboração de estudos de caso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AALBERG, T.; Strömbäck, J.; De Vreese, C. H. (2011). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162 –178. Disponível em <https://doi.org/10.1177/1464884911427799>.
- ABBOTT, P. (2014). Narrativity. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. Disponível em <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narrativity>.
- ALBERT, J.; Hansen, P. K. (Eds.) (2014). *Beyond Classical Narration. Transmedia and Unnatural Challenges*. Berlin / Boston: Walter de Gruyter.
- ALEXANDER, J. C.; Breese, E. B.; Luengo, M. (Eds) (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. New York: Cambridge University Press.
- ALLCOTT, H.; Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–236. Disponível em <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.
- AMPUJA, M. (2011). Globalization Theory, Media-Centrism and Neoliberalism: A Critique of Recent Intellectual Trends. *Critical Sociology*, 38(2), 281-301.
- APPADURAI, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- APPADURAI, A. (Coord.) (2001). *Globalization*. Durhan, N.C. Duke: University Press.
- BABIN, P. (1993). *Linguagem e cultura dos Media*. Venda Nova: Bertrand.
- BAKER, P. & Ellece, S. (2011). *Key Terms in Discourse Analysis*. London: Continuum.
- BAL, M. (2004). *Narrative Theory: critical concepts in Literary and Cultural Studies*. vol. III (Political Narratology). Oxfordshire: Routledge.
- BARTHES, R. (1966). “Introduction à l’analyse structurale des récits”. *Communications*, 8: 1-27.

- BARTHES, R. (1986). *A Aventura Semiológica*. Lisboa: Edições 70.
- BARTHES, R. (1997). *Elementos de Semiologia*. Lisboa: Edições 70.
- BARTHES, R. (2007). *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.
- BAUER, M. & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, Petrópolis: Vozes.
- BECK, U. & Szaider, N. (2006). Unpacking cosmopolitanism for the social sciences: a research agenda. *The British Journal of Sociology*, 57 (1), 1- 23.
- BECK, U. (2006). *Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity Press.
- BELL, E. J.; Owen, T.; Brown, P. D.; Hauka, C. & Rashidian, N. (2017). *The platform press: How Silicon Valley Reengineered Journalism*. Columbia Journalism School: Tow Center for Digital Journalism.
- BENNETT, P.; Slater, J. & Wall, P. (2006). *Media Studies: the essential introduction*. London: Routledge.
- BERGER, A.A. (2000). *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- BERGER, A.A. (2005). *Media Analysis Techniques*. (3ªed.). Thousand Oaks: Sage.
- BERGER, A.A. (2007). *Media & Society: a critical perspective*, 2ª ed. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- BERKOWITZ, D. (2009). Reporters and their sources, (pp.103-115). In: K. Whal-Jorgesen & T. Hanitzch (Eds). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- BERRY, D. M. (Ed.) (2012). *Understanding Digital Humanities*. London: Palgrave Macmillan.
- BHATTACHERJEE, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Tampa: University of South Florida. Textbooks Collection. 3. Disponível em http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3.
- BIGNELL, J. (2003). *Media Semiotics. An Introduction*. 3rd ed. Manchester and New York: Manchester University Press.
- BLANKENBURG, E. (2002). From Political Clientelism to Outrighy Corruption — The rise of the Scandal Industry, (pp. 149-165). In: S. Kotkin & A. Sajó (Eds.). *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook*. Budapest: Central European University Press.

- BLUMLER, J.G. & Gurevitch, M. (1982). The political effects of mass communication, (pp. 236-267). In: M. Gurevitch; T. Bennett; J. Curran & J. Woollacott (Eds.). *Culture, Society and the Media*. London: Routledge.
- BLUMLER, J.G. & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- BLUMLER, J.G. & Gurevitch, M. (2000). Rethinking the study of political communication, (pp. 155-172). In: J. Curran & M. Gurevitch (Eds.). *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- BOBBIO, N. (2004). *Dicionário de Política*. 5ª ed. Brasília: Imprensa da Universidade (UNB).
- BORODITSKY, M. (2011). How language shapes thought. *Scientific America*, 63-65.
- BOURDIEU, P.; Chambordon, J.C.; Passeron, J.C. (1968). *Ofício de Sociólogo*. Petrópolis: Vozes.
- BRAGA, J.L.; Lopes, M.I.V. de; Martino, L.C. (Orgs.) (2010). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus.
- BRUNER, J. (1986). *Actual Minds, Possible Worlds*. Cambridge: Harvard University Press.
- BRYMAN, A. (2012). *Social Research Methods*. 4th Ed. Oxford: Oxford University Press.
- BURRELL, G. & Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. New Hampshire: Ashgate.
- CANAVILHAS, J. (2006). *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em www.bocc.pt.
- CARDOSO, G. & Baldi, V. (Coord.) (2019). *Media em Mudança: Análise de relatórios de consultoras e entidades de investigação sobre o futuro dos media e da comunicação*. Lisboa: OBERCOM. Disponível https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/11/Media_Mudanc%CC%A7a_OberCom_FINAL.pdf
- CARDOSO, G.; Espanha, R. & Araújo, V. (2009). *Da comunicação de massa à comunicação em rede*. Porto: Porto Editora.
- CARLÓN, M. (2017). La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión, (segunda apropiación de la teoría de la comunicación de eliseo Verón: la dimensión espacial) (pp. 25-48). In: P. CASTRO (Org.). *A*

- circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió/Brazil: Editora da Universidade Federal de Alagoas (EDUFAL).
- CARVALHO, A. (2015). Discurso Mediático e Sociedade: Repensar a Análise Crítica do Discurso. *EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, 9, 175-199.
- CASTELLS, M. (2004). *A Galaxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTILHO, F. (2019). *Teletube. TV Transmídia, Ficção e Fãs Online*. Curitiba: Appris.
- CELA, E. (2015). Social Media as a New Form of Public Sphere. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, May-August 2015, 4 (1), 195-200.
- CHARAUDEAU, P. & Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de Análise do Discurso*. S. Paulo: Editora Contexto.
- CHARAUDEAU, P. (2002). O discurso entre a ação e a comunicação. *Références à compléter*. Disponível em <http://www.patrick-charaudeau.com/O-discurso-entre-a-acao-e-a.html>.
- CORREIA, J. C. (2009). *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso. Notas sobre Jornalismo e Representações Sociais*. Universidade da Beira Interior: LabCom.
- CORREIA, J. C. (2011). *O Admirável Mundo das Notícias. Teorias e Métodos*. Covilhã: LabCom.
- CORREIA, J. C. (s/d). O poder do Jornalismo e a mediatização do espaço público. In: www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf.
- COTTER, C. (2015). Discourse and Media (pp. 795-821). In: D. Tanner *et al.* (Eds.). *The Handbook of Discourse Analysis*. 2nd ed. Oxford / Malden: Blackwell Publishers.
- COULDRY, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23 (3), 191-202.
- COULDRY, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. London: Polity Press.
- COULDRY, N., Livingstone, S. & Markham, T. (2007). *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*. London: Palgrave Macmillan.

- COULDRY, N., Livingstone, S. & Markham, T. (2018). The Public Connection project ten years on. In: M.A. Guerrero, M.A. & A. Arriagada (Eds.). *Conexión Pública: prácticas cívicas y uso de medios en cinco países* (pp. 145-169). Mexico: Universidad Ibero Americana.
- CRESPO, M. (2017). Profissão de Jornalista: experientes e condicionados, mas mal pagos e condicionados. *Jornalismo & Jornalistas*, 64, jul./set. 2017, 18-25. Disponível em: <http://www.clubedejornalistas.pt/wp-content/uploads/2017/05/JJ64.pdf>
- CRESWELL, J. (2003; 2005; 2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- CUNHA, A. G. da (1982). *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. São Paulo: Nova Fronteira.
- CUNHA, I. F. & Serrano, E. (Coords) (2014). *Cobertura Jornalística da Corrupção Política: sistemas políticos, sistemas mediáticos e enquadramentos jurídicos*. Lisboa: Alêtheia.
- CUNHA, I. F. & Serrano, E. (Coords) (2016). *Media, Corrupção e Justiça*. Lisboa: Mariposa Azul.
- CUNHA, I. F. (2003). Imagens da Imigração em Portugal. *Revista Media e Jornalismo*, 2: 71-87.
- CUNHA, I. F. (2015). Da 'DesDemocratização' Da Europa: Democracia, Media e Corrupção Política. In: *Intercom – RBCC* São Paulo, jan./jun. 2015, 38 (1), 37-63.
- CUNHA, I. F.; Castilho, F.; Guedes, A. P. (Coords.) (2017). *Ficção Seriada Televisiva no Espaço Lusófono*. Covilhã: LabCom.
- CUNHA, I. F.; Serrano, E. & Figueira, J. (Coord.) (2016). *A corrupção vista pelos jornalistas*. Covilhã: Labcom.
- CZARNIASWSKA, B. (2004). The Narrative Turn in Social Studies. *Narratives in Social Science Research* (pp.1-16). London: Sage Publications.
- DAHLGREN, P.& Sparks, C. (1993). *Communication and Citizenship*. London: Routledge.
- DANESI, M. (2002). *Understanding Media Semiotics*. London: Arnold.
- DE VREESE, C. H. (2014). Mediatization of News: The Role of Journalistic Framing (pp. 137-155). In: F. Esser & J. Strömbäck (Eds). *Mediatization*

- of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. London: Palgrave Macmillan.
- DEACON, D.; Pickering, M.; Golding, P. & Murdock, G. (1999). *Researching communications*. London: Oxford University Press.
- DELLA PORTA, D. & Meny, Y. (1997). *Democracy and corruption in Europe*. London: Observatoire du Changement en Europe Occidental.
- DEMO, P. (1981). *Metodologia científica em ciências sociais*. São Paulo: Editora Atlas.
- DENZIN, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Praeger.
- DESHAIES, B. (1997). *Metodologia da investigação em ciências humanas*. Lisboa: Piaget.
- DEUZE, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication* 2, 848-865.
- DEUZE, M. (2012). *Media Life*. London: Polity.
- DEUZE, M. (2019). What Journalism is (Not). *Social Media + Society*. July 12. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119857202>
- DURKHEIM, E. (2002). *As regras do método sociológico*. São Paulo: Editora Martin Claret.
- ECO, U. (1994). *Viagem na Irrealidade Quotidiana*. 3.^a ed. Lisboa: Difel.
- ECO, U. (1997; 2003). *Tratado Geral de Semiótica*. S. Paulo: Editora Perspectiva.
- ECO, U. (2015). *Número Zero*. Lisboa: Gradiva.
- ELLIOTT, J. (2005). *Using Narrative in Social Research*. London: Sage Publications.
- Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) (2015). *Caracterização dos principais Grupos Económicos da Comunicação Social*. Lisboa: ERC. <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/grupos-economicos-stakeholders/caracterizacao-dos-principais-grupos-economicos-da-comunicacao-social>
- Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) (2018). *Análise económico-financeira do Setor de Media em Portugal 2018*. Lisboa: ERC. <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/grupos-economicos-stakeholders/analise-economico-financeira-do-setor-de-media-em-portugal-2018>
- ENTMAN, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

- FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold.
- FAIRCLOUGH, N. (1997). Discurso, mudança e hegemonia (pp. 77-103). In: E. R. Pedro (Org.). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.
- FAIRCLOUGH, N. (2000). *New Labour, New Language?* London: Routledge.
- FAIRCLOUGH, N. (2012). Critical Discourse Analysis (pp. 9-20). In: J. P. Gee & M. Handford (Eds.). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.
- FEHN, A. et. al. (Eds.) (1992). *Neverending Stories. Toward a Critical Narratology*. Princeton: Princeton University Press.
- FENTON, N. (2010). *New Media Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage.
- FERGUSON, M. (Ed.) (1990). *Public Communication: the new imperatives*. London: Sage.
- FERIN, I. (2005). *A televisão das mulheres*. Lisboa: Quimera/Bond.
- FERRATER MORA, J. (1991). *Dicionário de Filosofia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- FIDALGO, A. & Gradim, A. (2005). *Manual de Semiótica*. Covilhã: UBI.
- FIDALGO, A. (1998). *Semiótica: A Lógica da Comunicação*. Covilhã: UBI.
- FIGUEIRA, J. & Santos, S. (Orgs.). (2019). *As Fake News e a Nova Ordem (Des) informativa na Era da Pós-Verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- FIGUEIRA, J.; Peixinho, A. T. (Eds. e Orgs.) (2018). *Narrativas Mediáticas e Comunicação: construção da memória como processo de identidade organizacional*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- FIGUEIRAS, R. & Ribeiro, N. (2019) (Eds.). *O Sector dos Media no Espaço Lusófono*. Lisboa: Imprensa da Universidade Católica.
- FIGUEIRAS, R. (2017). *A Mediatização da política na era das redes sociais*. Lisboa: Alêtheia.
- FIGUEIRAS, R. (Coord.) (2011). *Os Media e as Eleições Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*. Lisboa: Universidade Católica.
- FISHER, W. (1987). *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value and Action*. Columbia, SC: University of South Carolina Press.

- FISKE, J. (1993). *Introdução ao estudo da comunicação*. Porto: Editora Asa.
- FLICK, U. (2002). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor.
- FLICK, U. (2005). *Triangulation in qualitative research* (pp.178-183). In: U. Flick; E. V. Kardorff & I. Steinke, (Eds.). *A Companion to Qualitative Research*. London: Sage.
- FLUDERNIK, M. (1996). *Towards a 'Natural' Narratology*. London: Routledge.
- FOUCAULT, M. (1970). *L'ordre du discours*. Paris: Galimard.
- FRANKLIN, B. (1994). *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.
- FREITAS, P. G. De (2019). *Grafismo de identidade televisiva. O caso de estudo da Rádio e Televisão de Portugal 1*. Dissertação de Mestrado em Design Gráfico. Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Disponível em file:///Users/Ana/Downloads/Pedro%20Freitas%20(19)%20(1).pdf
- FUCHS, C. (2008). *Internet and Society: Social Theory in The Information Age*. New York: Routledge.
- FUCHS, C. (2014). Social Media and the Public Sphere. *Triple C. Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), 57-101. Disponível em <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/552>.
- FULTON, H.; Huisman, R.; Murphet, J. & Dunn, A. (2005). *Narrative and Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GADINGER, F.; Kopf, M.; Mert, A. & Smith, C. (Eds) (2016). *Political Storytelling: From Fact to Fiction*. Duisburg: Käte Hamburger Kolleg / Centre for Global Cooperation Research (KHK / GCR21).
- GAMBETTA, D. (2002). Corruption: An analytical map (pp. 33-56). In: S. Kotkin & A. Sajó. *Political corruption in transition: A sceptic's handbook*. Budapest: Central European University Press.
- GARCIA, J. L. (2009). *Estudos sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- GEE, J. P. & Handford, M. (Eds.) (2012). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.

- GEE, J. P. (2011). *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method*. 3rd ed. New York / London: Routledge.
- GEE, J. P. (2011a). *How to do Discourse Analysis. A Toolkit*. New York / London: Routledge.
- GEORGAPOULOU, A. (2017). Small Stories Research: A Narrative Paradigm for the Analysis of Social Media (pp. 266- 282). In: L. Sloan & Quan-Haase, A. (Orgs.). *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*. London: Sage Publications.
- GEPHART, R. & Richardson, J. (2007). Qualitative Research Methodologies and International Human Resources Management (pp. 29-52). In: M. Harris (Ed.). *Handbook of Research in International Human Resources*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- GITLIN, T. (1980). *The Whole World is Watching*. Berkeley: University of California Press.
- GONZALEZ REY, F. (2005). *Pesquisa qualitativa e subjectiva: os processos de construção da informação*. São Paulo: Pioneer Thomson Learning.
- GOUVEIA, C. A. M. (2009). Texto e gramática: uma introdução à Linguística Sistémico-Funcional. In *Matraga. Estudos Linguísticos e Literários*. Vol. 16, N.º24: 13-37.
- GRABE, M. E. (2009). *Image Bite Politics. News and the visual framing of elections*. Oxford: Oxford University Press.
- GRADDOL, D. (1994). What is a text? In: *Media Texts: authors and readers* (pp. 40-50). Cleveland: Open University.
- GUERRA, I.C. (2002). *Fundamentos e processos de uma sociologia de acção*. Estoril: Principia.
- HALL, S. *et al.* (1978). *Policing the crisis: mugging, the state and law and order*. London: Macmillan Press.
- HALLIDAY, M. A. K. & Matthiessen, C. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. 3.^a ed. Oxford: Hodder Arnold.
- HALLIDAY, M. A. K. (1994). *An Introduction to Functional Grammar*. Oxford: Hodder Arnold.
- HALLIN, D. C. & Mancini, P. (2010). *Sistemas de Media: Estudo Comparativo, três modelos de Comunicação Política*. Lisboa: Livros Horizonte.

- HAMILTON, J.T. (2016). *Democracy's Detectives. The Economics of Investigative Journalism*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- HAMMERSLEY, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: principles in practice*. London: Routledge
- HARDING, L. (2017). *Collusion: Secret Meetings, Dirty Money and who Russia Helped Donald Trump Win*. New York: Penguin Books/Vintage.
- HARTLEY, J. (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media: conceitos-chave*. Lisboa: Quimera.
- HASPEL, H. C. (2008). Communication Studies and Narrative (pp. 76-78). In: D. HERMAN *et al.* (Eds.). *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. 2nd ed. London and New York: Routledge.
- HEIDENHEIMER, A. J. & Johnston, M. (Eds.) (2002). *Political Corruption: Concepts & Contexts*. (3^aed.). Rutgers: The State University.
- HEIDENHEIMER, A. J.; Johnston, M. & Levine, V.T. (Ed.) (1999). *Political Corruption: A Handbook*. New Jersey: Transaction Publishers.
- HEPP, A. (2013). *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press.
- HERMAN, D. (1999). *Narratologies. New Perspectives on Narrative Analysis*. Ohio: Ohio University Press.
- HERMAN, D. (2008). Cognitive Narratology. In: D. Herman & M.L. Ryan (Eds.). *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. 2nd ed. London and New York: Routledge.
- HERMAN, D. (2013). Cognitive Narratology. In: P. Hühn, *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University.<http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-various-media> (accedido em maio de 2020).
- HERMAN, D.; Jahn, M.; Ryan, M.-L. (Eds.) (2008). *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. 2nd ed. London and New York: Routledge.
- HERNÁNDEZ, F. Y. B. ; Fernandez, C. & Batista, M. (2003). *Metodología de la Investigación*. C. Mexico: McGraw-Hill
- HERRING, S. C.; Scheidt, L. A.; Kouper, I., & Wright, E. (2006). Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003-2004 (pp. 3-20). In: M. Tremayne (Ed.). *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*. London: Routledge.

- HINE, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Sage.
- HOLTON, R. J. (2002). Teoria Social Clássica (pp. 23-49). In: B. S. Turner (Ed.). *Teoria Social*. Lisboa: Difel.
- HRISTIANS, C. G.; Glasser, T.; McQuail, D., & White, R. (2009). *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Illinois: University of Illinois Press.
- HUGHES, P. (2007). Text and textual analysis (pp. 249-282). In: E. Devereux (Ed.). *Media Studies: Key Issues & Debates*. London: Sage.
- HÜHN, P. *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University <http://www.lhn.uni-hamburg.de/>
- HUSINGER, J.; Klastrup, L. & Allen, M. (Eds.) (2010). *International Handbook of Internet Research*. London: Spinger.
- JAHN, M. (2008). Cognitive Narratology. In: P. Hühn (Org.) *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/38.html>
- JAIN, A. K. (2001). *Political Economy of Corruption*. London: Routledge.
- JENKINS, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph.
- JENSEN, K.B. & Jankowski, N.W. (1991). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- JENSEN, K.B. (2015). Como fazer coisas com os dados: metadados; metamídia e metacomunicação. *Parágrafo*, Jan./Jun., 1 (3), 69-78.
- JOHNSTON, M. (2009). *Syndromes of Corruption*. New York: Colgate University.
- JOHNSTONE, B. (2008). Discourse Analysis (Linguistics) (pp. 114-118). In: D. Herman *et al* (Eds.). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. New York / London: Routledge.
- KAMMER, A. (2013) The Mediatization of Journalism. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 54, 141-158.
- KATZ, J.E. & Mays, K.K. (2019). *Journalism and Truth in an Age of Social Media*. Oxford: Oxford Press Online.
- KIM, S. J. (2012). Introduction: Decolonizing Narrative Theory. *Journal of Narrative Theory*, Fall 2012, 42 (3), 233-247.

- KOTKIN, S. & Sajó, A. (2002). *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook*. Budapest: Central European University Press.
- KOZINET, R. (2010). *Netnography: doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- KREISWIRTH, M. (1995). Tell me a story: the narrativist turn in the Human Sciences (pp. 61-87). In: M. Kreistwirth & T. Carmichael (Eds.). *Constructivist Criticism: The Human Sciences in the age of theory*. Toronto: University of Toronto Press.
- KRESS, G. & Van Leeuwen, T. (1999). Front pages: (The critical) analysis of newspaper layout (pp. 187-219). In: A. Bell & P. Garret (Eds.). *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell Publishers.
- KRESS, G. (2012). Multimodal Discourse Analysis (pp. 35-50). In: J. P. Gee & M. Handford (Eds.). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.
- KUHN, M. & Schmidt, J. (2014). Narration in Film. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-film-revised-version-uploaded-22-april-2014>
- KUHN, T. S. (1970; 2005). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- LAGO, C. & Benetti, M. (2007). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes
- LAKATOS, E. M. & Marconi, M. de A. (1992). *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- LAKOFF, G. & Johnson, M. (2004). *Metaphors We Live By*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- LANSEN, S. (2013). Gender and Narrative. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/86.html>
- LATZKO-TOTH, G.; Bonneau, C. & Millette, M. (2017). Small Data, Thick Data: Thickening Strategies for Trace-based Social Media Research (pp. 199-214). In: L. Sloan & A. Quan-Haase (Orgs.). *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*. London: Sage Publications.

- LEMIEUX, V. & Ouimet, M. (2008). *Análise Estrutural das Redes Sociais*. Lisboa: Piaget.
- LEMKE, J. L. (2012). Multimedia and Discourse Analysis (pp. 79-89). In: J. P. Gee & M. Handford (Eds.). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.
- LÉSSARD-HÉRBERT, M.; Goyette, G. & Boutin, G. (1994). *Investigação qualitativa: fundamentos e práticas*. Lisboa: Piaget.
- LILLEKER, D.; Jackson, D.; Thorsen, E. & Veneti, A. (Eds.) (2016). *US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign Early reflections from leading academics*. Centre for the Study of Journalism, Culture and Community (Bournemouth University); Centre for Politics and Media Research (Bournemouth University)
Disponível em: <http://www.ElectionAnalysis2016.US>.
- LISI, M. *et al.* (Coord.) (2019). *Grupos de interesse e crise económica em Portugal*. Lisboa: Edições Sílabo.
- LITS, M. (2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles: DeBoeck.
- LITS, M. (2015). As investigações sobre Narrativa Mediática e o futuro da Imprensa. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 1, 15-29.
- MACDONALD, M. (2003). *Exploring Media Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- MAIA, A. (2008). *Corrupção: Realidade e Percepções – o papel da imprensa*. Tese de Mestrado. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- MAINGUENEAU, D. (2006). Análise do Discurso: uma entrevista com Dominique Maingueneau. *Revista Virtual de Estudos da Linguagem – ReVEL*, 4 (6), 1-6.
- MAINGUENEAU, D. (2012 ; 2017). *Analyser les textes de communication*. Paris: Armand Colin.
- MALDONADO, A.E. *et al.* (2008). *Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa*. João Pessoa: Editora Universitária.
- MARCONDES, D. (2003). Desenvolvimentos Recentes na Teoria dos Atos de Fala. *O que nos faz pensar*, dezembro, 17, 25-39.
- MARCONI, M. A. & Lakatos, E. M. (1982). *Técnicas de pesquisa*. São Paulo: Editora Atlas.

- MARION, (1997). Narratologie Médiatique et Médiagénie des Récits. *Recherches en Communication*, 7, 61- 88.
- MARQUES, I. F. (2016). *A Construção de Personagens nas Narrativas do Jornalismo Digital*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- MARTINS, L. O. (2006). *Mercados televisivos europeus*. Porto: Porto Editora.
- MARTINS, T. E. (2015). *Da Construção da Personagem Política Contributos para o Estudo da Personalização da Política*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- MATTELART, A. (1994). *A invenção da Comunicação*. Lisboa: Piaget.
- MAXWELL, J. (2005; 2013). *Qualitative Research Design: an Interactive Approach*. 2ª Ed. London: Sage.
- MAYRING, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt: GESIS. Disponível em <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssolar-395173>
- MCCAY-PEET, L. & Quan-Haase, A. (2019). What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer? (pp. 13-26). In: L. Sloan & A. Quan-Haase (Eds). *Social Media Research Methods*. London: Sage.
- MCQUAIL, D. (1992). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage.
- MEISTER, J. C. (2014). Narratology. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narratology>
- MELRO, A. I. G. *et al.* (2010). Limites, neutralidade e troca de papéis na entrevista televisiva – A entrevista de Manuela Moura Guedes a António Marinho Pinto no Jornal Nacional de Sexta, TVI (22 de Maio de 2009). *Comunicação e Sociedade*, 17, 87-101.
- MELUCCI, A. (2005). *Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura*. Petrópolis: Editora Vozes.
- MERCKLÉ, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Decouverte.
- MERKEL, W.; Kollmorgen, R. & Wagener, H-J. (2019). *The Handbook of Political, Social, and Economic Transformation*. Oxford: Oxford Press Online.

- MESQUITA, A.; Moisés, J. A. & Rico, B. (2014) As diferentes dinâmicas da corrupção: media, percepção e instituições no contexto brasileiro (pp. 283-316). In: I. F. Cunha & E. Serrano (Orgs). *Cobertura Jornalística da Corrupção política: sistemas políticos, sistemas mediáticos e enquadramentos legais*. Lisboa: Aletheia.
- MESQUITA, M. (2003). *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- MEUTER, N. (2013). Narration in Various Disciplines. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-various-disciplines>
- MIRANDA, J. (2019). *O papel dos jornalistas na regulação da informação: Caracterização socioprofissional, accountability e modelos de regulação em Portugal e na Europa*. Tese de Doutoramento apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/87571>
- MONTGOMERY, M. (2010) The Broadcast News Interview. Questions of Discourse (pp. 331-349). In: S. Allan (Ed.). *The Routledge Companion to News and Journalism*. London and New York: Routledge.
- MOREIRA, A. (1979). *Ciência Política*. Lisboa: Livraria Bertrand.
- MORIN, E. (1981). *Pour sortir du XX siècle*. Paris: Nathan.
- MORIN, E. (1985). *O problema epistemológico da complexidade*. Lisboa: Europa-América.
- MOTTA, L. G. (2013). *Análise Crítica da Narrativa*. Brasília: UnB.
- NEITZEL, B. (2014). Narrativity in Computer Games. In: P. Hühn *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University. <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narrativity-computer-games>
- NELEES, W. (2008). Function (Propp) (p. 191). In: D. Herman *et al.* (2008). *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. 2nd ed. London and New York: Routledge.
- NEUENDORF, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- NEUMAN, W. L. (2007). *Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Person.

- NEVEU, E. (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto: Porto Editora.
- NEWMAN, N. (2017). *Journalism, Media and Technology Trends and Prediction 2017*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- O'KEEF, A. (2012). Media and Discourse Analysis (pp. 441- 454). In: J. P. Gee & M. Handford (Eds.). (2012). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.
- OBERCOM (2014). *A Internet em Portugal: Sociedade em rede 2014*. Lisboa: OBERCOM. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-em-Portugal-Sociedade-em-Rede-2014.pdf>
- OMENA, J.J. (Ed.). (2019). *Métodos Digitais. Teoria-Prática-Crítica*. Lisboa: Livros ICNOVA. Disponível em <https://www.icnova.fcsh.unl.pt/metodos-digitais-teoria-pratica-critica/>
- PAIXÃO, B. (2010). *O Escândalo Político em Portugal*. Coimbra: Minerva.
- PAIXÃO, B. (2016). O peso da cobertura mediática da corrupção no escândalo político em Portugal (pp. 35-58). In: I. F. Cunha & E. Serrano (Orgs.). *Media, Corrupção política e Justiça*. Lisboa: Mariposa Azul.
- PAPACHARISSI, Z. (2015). We have always been social. *Social Media+Society*, 1(1),1-2.
- PATTERSON, T.E. (2003). Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia? Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo. *Media & Jornalismo*, 2, 19-47.
- PAVLIK, J. V. (2004). A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, volume 10.
- PÊCHEUX, M. (1969). *Analyse automatique du discours*. Paris: Dunod.
- PEDRO, E. R. (Ed.) (1997). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.
- PEIXINHO, A. T. (2020) O contributo dos Estudos Narrativos para a literacia mediática. In António M. Rochette Cordeiro; Sara Dias-Trindade; António Pedro Pita (Orgs.) (no prelo, 2020). *Limites e limiares: contributos para pensar a sociedade complexa*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- PEIXINHO, A. T. (2019). “Os Estudos Narrativos e a Análise dos *Media*: contributo exploratório”. In: Cabrera, A.; Santos, C. A.; Figueiras, R. (Orgs.) *Media*:

- Poder, representação e Epistemologias* (pp. 13-32). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- PEIXINHO, A. T. & Araújo, B. (2017). A narrativa da desconfiança na política: a figuração do político (pp. 233-267). In: A. T. Peixinho & B. Araújo (Eds. e Orgs.). *Narrativa e Media: géneros, figuras e contextos*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- PEIXINHO, A. T. & Araújo, B. (Orgs.). (2017). *Narrativa e Media: Géneros, Figuras e Contextos*. Coimbra: IUC.
- PEREIRA, S. (2014). *Referencial de Educação para os Média*. Lisboa: Ministério da Educação e Ciência.
- PHELAN, J. (2008). Narratives in Contest; on Another twist in the Narrative Turn. *PMLA*, 123 (1), 166-175.
- PINTO, M.; Pereira, S.; Pereira, L. & Ferreira, T. D. (2011). *Educação para os Média em Portugal*. Lisboa: ERC.
- PICKERING, M. (Ed.) (2008). *Research Methods for Cultural Studies*. Edimburgh: Edimburgh University Press.
- PITAS, I. (2016). *Graph based Social Media Analysis*. New York: Taylor & Francis Group.
- QUIVY, R. & Van Campenhoudt, L. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- RAGIN, C.C. (1994). *Constructing Social Research*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- REBELO, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Editorial Notícias.
- REBELO, J. (2011). *Ser Jornalista em Portugal: perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.
- RECUERO, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- REIS, C. & Lopes, A.C. (2002; 2011). *Dicionário de Narratologia*. (7^a ed; 2^a reimpressão, 7^a ed.). Coimbra: Almedina.
- REIS, C. (2018). *Dicionário de Estudos Narrativos*. Coimbra: Almedina.
- RICOEUR, P. (1976; 1987). *Temps et Récit*, I. Paris: Editions du Seuil.
- ROBERT, & Shenhav, (2014). Fundamental Assumptions in Narrative Analysis: Mapping the Field. In: *The Qualitative Report*, vol. 19, 22: 1-17.

- RODRIGUES, A. D. (2009). Considerações preliminares sobre o quadro enunciativo do discurso midiático. *ECO-pós*. 12 (3),123-131.
- RODRIGUES, A. D. (2015). Delimitação, natureza e funções do discurso midiático (pp. 33-46). In: A. T. Peixinho & C. Camponez *et al.* (Orgs). *Vinte Anos de Jornalismo Contra a Indiferença*. Coimbra. IUC.
- ROSAS, F. & Louçã, F. (2010). *Os donos de Portugal*. Porto: Afrontamento.
- ROSE, G. (2001). *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage.
- ROSE-ACKERMAN, S. (1999). *Corruption and Government: causes, consequences and reform*. Cambridge: University Press.
- ROSSETTI, R. (2010). A Ruptura epistemológica com o empirismo ingênuo (pp.71-86). In: Braga. J.L.; Lopes, M.I. V. De & Marino, L.C. (Orgs). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus.
- RYAN, M.-L. (1981). Introduction: On the why, what and how of generic taxonomy. *Poetics Today*, (10), 2-3, 109-126.
- RYAN, M.-L. (2004). *Narrative across Media*. Lincoln / London: University of Nebraska Press.
- RYAN, M.-L. (2014). Narration in various media. In: P. Hühn, *et al.* (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg: Hamburg University.<http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-various-media>
- RYAN, M.-L. (Ed.) (2004). *Narrative Across Media. The Languages of Storytelling*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- RYAN, M.-L.; Thon, J. N. (2014a). *Storyworlds across media. Toward a media conscious Narratology*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- SAJÓ, A. (2002). Clientelism and extortion: corruption in transition (pp.1-21). In: S. Kotkin & A. Sajó. *Political Corruption in Transition: A sceptic's handbook*. Budapest: Central European University Press.
- SALAVERRÍA, R. & Cores, R. (2009). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. In: R. Salaverría. (Coord.). *Cibermedios. El Impacte de Internet en los medios de comunicación en España* (pp. 145-185). Sevilla, Zamora: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones.
- SANTAELLA, L. (2002). *Semiótica Aplicada*. S. Paulo: Thomson.

- SANTOS, B. de S. (1987). *Um discurso sobre as ciências*. Porto: Afrontamento.
- SANTOS, B. de S. & Meneses, M. P. de (Orgs.) (2010). *Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina.
- SANTOS, C. A. (2010). *Não nascer, tornar-se Segunda Geração: o estranho caso de Arrastão de Carcavelos*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- SANTOS, C.A. & Peixinho, A. T. (2017). O milagre da multiplicação dos géneros. *Biblos – Revista da Faculdade de Letras*. Série 3 (3), 11-32. Disponível em http://dx.doi.org/10.14195/0870-4112_3-3_1
- SANTOS, J. V. (2011). *Linguagem e Comunicação*. Coimbra: Almedina.
- SAUSSURE, F. (1986; 1999). *Curso de Linguística Geral*. Lisboa: Publicações D. Quixote.
- SCHEUER, J. (2002). *The Sound Bite Society*. London: Routledge.
- SCHIFFRIN, D.; Tannen, D. & Hamilton, H. E. (Eds.) (2001). *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford / Malden: Blackwell Publishers.
- SCHLEPPEGRELL, M. (2012). Systemic Functional Linguistics (pp. 21-34). In: J. P. Gee & M. Handford (Eds.). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York / London: Routledge.
- SCHMIDT, R. (2015). *The Power of Algorithms: The Use of Algorithmic Logic and Human Curation at The Guardian*. The Department of Media Studies, University of Stockholm, MA Thesis Media and Communication; Supervisor: Christian Christensen. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Power-of-Algorithms-%3A-The-Use-of-Algorithmic-at-Rebecca/a795b3346183600005341f9851681ffb4c621516>
- SCHROEDER, R. (2018). *Social Theory after the Internet: Media, Technology and Globalization*. London: UCL Press. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt20krxdr.1.pdf?refreqid=excelsior%3Ac9b8fffe3cfce-858c59325397e26d203>
- SCHUDSON, M. (1997). The sociology of news production (pp.7-22). In: D. Berkowitz (1997). *Social Meanings of News: a text-reader*. London: Sage.
- SEALE, C. (Org.) (2006). *Researching Society and Culture*. London: Sage.
- SEMETKO, H.; Blumler, J.G.; Gurevitch, M. & Weaver, D.H. (1991). *The Formation of Campaigns Agendas*. Nova York: Lawrence Erlbaum.

- SHOEMAKER, P. & Reese, S. D. (1996). *Mass Media: content analysis*. New York: Longman.
- SILVA, C. da; Fialho, J. & Saragoça, J. (2013). *Iniciação à Análise de Redes Sociais*. Lisboa: Caleidoscópio.
- SILVA, E. C. (2004). *Os donos da notícia: concentração da propriedade dos Media em Portugal*. Porto: Porto Editora.
- SILVA, E. L. & Menezes, E. M. (2001). *Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação*. Florianópolis: UFSC.
- SILVA, P. N. (2012). *Tipologias Textuais. Como classificar textos e sequências*. Coimbra: Almedina / CELGA.
- SILVERMAN, D. (2006). Research and social theory (pp.47-69). In: C. Seale (Org.). *Researching Society and Culture*. London: Sage.
- SLOAN, L. & Quan-Haase, A. (2017). *Social Media Research Methods*. London: Sage.
- SMITH, C. P. (2000). Content Analysis and Narrative Analysis (pp.131-335). In: T. Reis & C. Judd (Eds.). *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SOUSA, L. de & Triães, J. (Orgs) (2007). *Corrupção e ética em democracia: O caso de Portugal*. Lisboa, CIES/ISCTE. Disponível em <http://www.ober-com.pt/content/410.np3>
- SOUSA, L. de & Triães, J. (Orgs) (2008). *Corrupção e os portugueses: atitudes, práticas e valores*. Oeiras: Rui Costa Pinto Editores.
- SPARKS, C. & Tulloch, J. (Eds) (2000). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- SPARKS, C. (2007) What's wrong with the Globalization? *Global Media and Communication*. *Global Media and Communication*, 3(2), 133–155
- STEPHANSEN, H. C. & Treré, E. (2019). *Citizen Media and Practice: Currents, Connections, Challenges*. London: Routledge.
- STRÖMBÄCK, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. In: *Press/Politics* 13(3), 228-246.
- TAMBINI, D. (2017). Fake News: Public Policy Responses. *Media Policy Brief* 20. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science.

- THOMPSON, J. B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era média*. Rio de Janeiro: Vozes.
- TRABER, M. (1997). The Ethics of Communication Worthy of Human Beings (pp. 327-343). In: M. Traber, M. e C. (Eds). *Communication ethics and universal values*. Thousand Oaks: Sage.
- Transparency International. (2005). *Global report 2004: Political corruption*. Cambridge: University Press.
- Transparency International. (2008). *Global report 2007: Corruption in judicial systems*. Cambridge: University Press.
- Transparency International. (2010). *Global report 2009: Corruption and the private sector*. Cambridge: University Press.
- TRAQUINA, N. (1993) (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*. Lisboa: Vega.
- TRAQUINA, N.; Cabrera, A.; Ponte, C. & Santos, R. (2001) (Org.). *O Jornalismo Português em análise de casos*. Lisboa: Caminho.
- TUCHMAN, G. (1976/1993). Contando 'estórias' (pp. 258-262). In: N. Traquina (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, G. (1978). *Making News: a Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- TUCHMAN, G. (1978/2001). As notícias como realidade construída (pp. 91-104). In: Esteves, J. P. (Org.). *Comunicação & Sociedade*. Lisboa: Livros Horizonte.
- TURNER, B.S., (Ed.) (2002). *Teoria Social*. Miraflores: Difel.
- TURNER, G. (1996). *British Cultural Studies*. London: Routledge.
- TYRWHITT-DRAKE, H. (1999). Resisting Discourse of Critical Discourse Analysis: reopening a Hong Kong case study. *Journal of Pragmatics*, 31, 1081-1088.
- VAN CAMPENHOUDT, L.(2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva.
- VAN DALEN, A. (2019). Rethinking journalist-politician relations in the age of populism: How outsider politicians delegitimize mainstream journalists. In: *Journalism*, Novembre 12. Disponível em <https://doi.org/10.1177/1464884919887822>

- VAN DALEN, A.; Albaek, E. & Vreese, C. (2011). Suspicious minds: Explaining political cynicism among political journalists in Europe. *European Journal of Communication*, 26(2), 147- 162.
- VAN DIJK, T. (2005). Notícias e Conhecimento. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. II (2), 13-29.
- VAN DIJK, T. (2005). Poder e a Imprensa (pp. 73-96). In: *Discurso, Notícias e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso* .Tradução de Zara Pinto Coelho. Porto: Campo das Letras.
- VAN DIJK, T. A (1997). Semântica do Discurso e Ideologia (pp. 105-168). In: E. R. Pedro (Org.). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.
- VAN DIJK, T. A (2012). *Discurso y Contexto: un enfoque sociocognitivo*. Barcelona: Gedisa Editora.
- VAN DIJK, T. A. (1988). *News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press*. Hove and London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- VAN DIJK, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 2 (2), 27-45.
- VAN DIJK, T. A. (1997a). *La ciencia del texto*. 5.^a Ed. Barcelona: Paidós.
- VAN LEEUWEN, T. (1997). A representação dos Atores Sociais (pp. 169-222). In: E. R. Pedro (Org.). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.
- VAN LEEUWEN, T. (2015). Multimodality (pp. 447-465). In: D. Tannen, H. Hamilton, D. Schiffrin (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*. Vol. I. 2nd ed. Oxford / Malden: Blackwell Publishers.
- WANG, T. (2016). Why Big Data Needs Thick Data. *Ethnography Matters (Medium channel)* <https://medium.com/ethnography-matters/why-big-data-needs-thick-data-b4b3e75e3d7#.y9plmare1>.
- WARDLE, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- WEBER, M. (1995). *Metodologia das ciências sociais*. São Paulo: Cortez.

- WHAL-JORGENSEN, K. & Hanitzch, T. (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- WHITE, D. M. (1950/1993). O Gatekeeper: estudo de caso da seleção das notícias: In: N. Traquina. *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Vega.
- WILSON, R.; Gosling, S. & Graham, L. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203-220. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691612442904>
- WINDAHL, S. & McQuail, D. (1993). *Modelos de comunicação para o estudo da comunicação de massa*. Lisboa: Ed. Notícias.
- WISEMAN, H.V. (1971). *Political Systems: some sociological approach*. London: Routledge.
- WODAK, R. (2008). Discourse Analysis (Foucault) (pp. 112-114). In: D. Herman *et al.* (Eds.). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. New York / London: Routledge.
- WODAK, R. & Meyer, M. (Orgs.) (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- WOLTON, D. (1994). *Elogio do Grande Público*. Porto: Ed. Asa.
- WOOLACOTT, J. (1995). Messages and Meanings (pp. 91-111). In: M. Gurevitch; T. Bennett & J. Curran. *Culture, Society and the Media*. London: Routledge.
- YIN, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- ZELIZER, B. (2004). *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. London: Sage.
- ZELIZER, B. (2009). Journalism and Academy (pp. 29-41). In: K. Whal-Jorgesen & T. Hanitzch. *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- ZELIZER, B. (2017). *What Journalism could be*. Malden: Polity Press.
- ZELLER, F. (2017). Analyzing Social Media Data and Other Data Sources: A Methodological Overview (pp. 386-404). In: L. Sloan & Quan-Haase. *Social Media Research Methods*. London: Sage.

ANEXO

ENTREVISTA À MINISTRA DA SAÚDE,
MARTA TEMIDO,
CONDUZIDA PELO PIVOT DA SIC,
RODRIGO GUEDES DE CARVALHO

JORNAL DA NOITE | 2 DE MAIO DE 2020
DURAÇÃO: 31 MINUTOS

01 | **Pivot:** É altura para a entrevista com a Ministra da Saúde, Marta Temido.

Boa noite e bem-vinda a este jornal.

02 | **Ministra:** Olá, boa noite.

03 | **Pivot:** Espero ter tempo porque são [...] são muitos assuntos que estes dois meses nos trouxeram e vamos naturalmente fazer uma espécie de balanço de dois meses porque estamos precisamente no dia 2 [...] mas eu começava precisamente por um acontecimento recente [...] o que é que achou da forma da celebração da CGTP em Lisboa?

(ORÁCULO 1: 1.º DE MAIO COM CENTENAS DE PARTICIPANTES)

04 | **Ministra:** Estava em linha com aquilo que foi a excecionalidade prevista no decreto presidencial que se referia ao estado de emergência e que contemplava uma exceção para a celebração do Dia do Trabalhador [haaaaa...] e que referia que deveriam ser respeitadas regras de distanciamento e regras sanitárias indicadas pela Direção Geral de Saúde.

05 | **Pivot:** Não, na verdade, o decreto coloca nas suas mãos e da Diretora Geral da Saúde definir as regras. Diz apenas que essa comemoração deve ter em conta os limites de saúde pública.

06 | **Ministra:** [hum hum...]

07 | **Pivot:** No limite, foram a senhora e a Diretora Geral da Saúde que acharam que aquela celebração se podia fazer assim [...] mas são cerca de mil pessoas [...]

08 | **Ministra:** Quem estabeleceu os limites, as condições em que a celebração foi efetuada foi a estrutura sindical que optou por esta forma de celebração [...] outras estruturas [...] (esta estrutura sindical não é a única) outras estruturas sindicais optaram por outras formas de celebração. Aquilo que o decreto presidencial referia era a possibilidade de, mesmo em estado de emergência, haver um assinalar do dia. O que dizia era

09 | **Pivot:** dentro das regras [...] dentro das regras

- 10 | **Ministra:** que as regras sanitárias tinham de ser estabelecidas pelas autoridades de saúde competentes e, portanto, as autoridades de saúde competentes [haaaa] avaliaram a situação e impuseram determinadas restrições que são conhecidas por todos: o distanciamento, a proteção, a [...] o evitar de [de... de] multidões, de [de] aglomerações de pessoas, tanto quanto
- 11 | **Pivot:** e acha que o que se viu ali não foi uma multidão, nem uma aglomeração de pessoas?!
- 12 | **Ministra:** Tanto [...] foi um número significativo de pessoas superior àquilo que é o número regra, mas um número enquadrado dentro daquilo que era a sinalização de uma data. Sei que há quem gostasse que tivesse sido de outra maneira, sei que outras estruturas sindicais optaram por fazer as suas... a celebração de uma outra maneira e provavelmente há muitas versões contrá[...]
- 13 | **Pivot:** então porque é que não deixou vir pessoas para rua no 25 de Abril?
- 14 | **Ministra:** muitas opiniões contraditórias sobre esta
- 15 | **Pivot:** porque é que não deixou vir pessoas para rua no 25 de Abril?
- 16 | **Ministra:** o que me parece relevante é que [haaa...] a forma [haaa...] como foi possível de facto assinalar o dia... foi ordeira, foi pacífica, e o que eu gostaria de sinalizar é que não tivemos, por exemplo, eventos [haaa...] [com] [com], com distúrbios, como aconteceu noutros países europeus.
- 17 | **Pivot:** Sim, mas uma coisa não tem nada a ver com a outra. Eu estou a falar de saúde pública, não estou a falar de intervenções policiais. Falou-me no decreto de estado de emergência
- 18 | **Ministra:** [hum hum]
- 19 | **Pivot:** onde nada se refere a exceções de cidadãos nestes três dias passarem de concelho para concelho. E, no entanto, à frente de toda a gente, vieram camionetas, pelo menos do Seixal e de outros locais.
- 20 | **Ministra:** [hum hum]
- 21 | **Pivot:** Não era possível a CGTP ter feito uma manifestação só com pessoas do concelho de Lisboa, que é bastante grande?

- 22 | **Ministra:** Isso é algo que tem que perguntar à CGTP... O Ministério da Saúde, as autoridades de saúde o que têm que definir são regras para a realização de determinadas iniciativas nos termos em que os poderes democráticos as aprovem. O senhor Presidente da República, o Governo, a Assembleia da República entenderam que o Dia do Trabalhador devia ser sinalizado. Houve uma estrutura que entendeu ter pessoas na rua dentro de determinadas regras que são as regras sanitárias que temos estabelecidas... Pode-se concordar mais, pode-se concordar menos, pode-se achar que poderia ter sido feito
- 23 | **Pivot:** isso não é uma questão de concordar ou deixar de concordar... estou a perguntar-lhe se nestes três dias 1, 2 e 3 foi ou não proibido pelo Presidente da República que as pessoas se desloquem para fora dos seus concelhos?
- 24 | **Ministra:** Não! Foi pelo Governo
- 25 | **Pivot:** ou pelo Governo...
- 26 | **Ministra:** Sim. Foi estabelecido que [haaa], durante estes três dias
- 27 | **Pivot:** e no entanto...
- 28 | **Ministra:** que são dias que naturalmente num contexto normal aproveitá-
ríamos para visitar amigos, para visitar família, para passar à beira mar
- 29 | **Pivot:** e que outras pessoas não puderam fazer
- 30 | **Ministra:** Bom, eu acho que o que estamos aqui a falar é de indivíduos e dos seus gostos pessoais ou de um... de uma entidade que, para todos os efeitos, é uma entidade representativa dos trabalhadores e que entendeu fazer uma sinalização do Dia do Trabalhador...
- 31 | **Pivot:** mas porque é que tem mais direitos que os outros portugueses?
- 32 | **Ministra:** As instituições têm sempre uma outra forma de representação social que os indivíduos não têm [...] poder-se-á dizer porque é que o Natal é mais importante do que o aniversário de qualquer um de nós individualmente considerado?! Porquê? Porque são momentos sociais

- 33 | **Pivot:** e acha que
- 34 | **Ministra:** com determinado relevo
- 35 | **Pivot:** acha que a Igreja católica é uma instituição?
- 36 | **Ministra:** Naturalmente.
- 37 | **Pivot:** Porque é que em Fátima, que é um espaço muito maior do que a Alameda, em Lisboa, não se pode aplicar estas regras das filas bem separadas e as pessoas ficarem bem afastadas umas das outras?
- 38 | **Ministra:** Mas, é possível que se possam aplicar essas regras...
- 39 | **Pivot:** Ah ainda é possível?!
- 40 | **Ministra:** Aliás, se isso for uma opção das celebrações que, tanto quanto é do conhecimento daquilo que já foi sendo conversado, a opção seria outra
- 41 | **Pivot:** Não, mas é que vimos aqui o bispo de Leiria-Fátima dar a coisa como perdida, dizendo que, infelizmente este ano não vai poder ser assim [...]
- 42 | **Ministra:** Repare, mais uma vez, a propósito do Dia do Trabalhador, para um mesmo, para uma mesma fórmula de expressão que o decreto presidencial tinha – que era a celebração do Dia do Trabalhador – duas estruturas sindicais, pelo menos, as duas mais representativas optaram por fazer a celebração de uma forma distinta. Portanto, temos que entender
- 43 | **Pivot:** Mas a celebração da UGT interessa pouco para uma entrevista com a Ministra da Saúde. Estamos a falar de saúde pública
- 44 | **Ministra:** naturalmente
- 45 | **Pivot:** e estamos a falar de exemplos que vão sendo dados aos portugueses
- 46 | **Ministra:** [hum hum]
- 47 | **Pivot:** e estamos a reparar que há algumas exceções. Mas, não quero insistir neste ponto, quero insistir num outro ponto que também tem a ver com o mesmo dia. Jerónimo de Sousa esteve presente
- 48 | **Ministra:** [hum hum]

(ORÁCULO 2: 1.º MAIO – LÍDER DO PCP DE 73 ANOS NAS CELEBRAÇÕES)

49 | **Pivot:** tem 73 anos e ele respondeu que “a idade não é um critério absoluto para determinar o risco”. A senhora Ministra da Saúde concorda?

50 | **Ministra:** Concordo! A idade não é

51 | **Pivot:** Ai concorda?!

52 | **Ministra:** um critério absoluto para determinar o risco. A idade é um critério de risco por si só. Mas não é um critério absoluto. Nós sabemos que

53 | **Pivot:** aqui estamos no campo da retórica, não é?

54 | **Ministra:** Não é retórica, é uma realidade que está por trás do fator 70 anos e do fator 70 anos com melhor saúde ou com pior saúde

55 | **Pivot:** a realidade é que por causa do decreto do estado de emergência e pelo facto do(sic) fator de risco dos 70 anos, ‘ficam sujeitos a dever especial de proteção alínea a) os maiores de 70 anos’. Isto foi o 1.º decreto do estado de emergência. E nós temos, eu já vi

56 | **Ministra:** simmm

57 | **Pivot:** agentes da autoridade falarem com pessoas que eles percebem que têm mais de 70 anos e dizerem-lhes que eles têm o dever

58 | **Ministra:** [hum hum]

59 | **Pivot:** de regressar à sua casa.

60 | **Ministra:** [hum hum]. Vamos lá ver... [hum] as pessoas acima de uma determinada faixa etária têm um risco por si só acrescido. Agora, [haa] a opção do nosso Estado foi sempre de sugerir às pessoas que elas tinham um dever especial de se salvaguardarem, mas não de as impedir de saírem à rua. Parece-me aliás que isso seria por si só desproporcional e [hum] eventualmente até ferido de [hum] outras..., de outros problemas... essa opção por si só. Aquilo que temos que ter em presença... por exemplo, ainda hoje a Organização Mundial de Saúde tem um documento específico a propósito da proteção das pessoas mais... de maior idade neste contexto de uma doença que sabemos que é potencialmente mais agressiva para elas. Mas... de facto, nós temos de perceber que isso não é o único critério.

- 61 | **Pivot:** Muito bem, então...
- 62 | **Ministra:** e não podemos confinar as pessoas só porque têm mais do que sessenta anos
- 63 | **Pivot:** Certo, então podemos
- 64 | **Ministra:** ficarem reclusas ao seu domicílio
- 65 | **Pivot:** muito bem, então podemos ter agora os portugueses com mais de 70 anos a darem a mesma resposta que será aceite pelas autoridades e compreendida pela Ministra da Saúde?
- 66 | **Ministra:** [hum] no...
- 67 | **Pivot:** para terminar este assunto
- 68 | **Ministra:** no contexto atual sabemos todos que o dever que impende sobre todos os portugueses é um dever cívico
- 69 | **Pivot:** Não foi isso que lhe perguntei
- 70 | **Ministra:** de recolhimento [...] é um dever cívico de recolhimento [...] mas esta é a resposta. Mas esta é a resposta
- 71 | **Pivot:** Então, avancemos [...] Falámos, falei-lhe aqui de Fátima porque estamos a falar de espaços abertos [...] a senhora Ministra abriu aqui a porta afinal a uma peregrinação a Fátima, desde que
- 72 | **Ministra:** Não abri.
- 73 | **Pivot:** Não Abriu?
- 74 | **Ministra:** Não.
- 75 | **Pivot:** Então, reformulo-lhe a pergunta. Porque é que em Fátima não pode haver... as pessoas, os peregrinos não podem estar lá presentes a ouvir a missa?

(ORÁCULO 3: 13 DE MAIO SEM CELEBRAÇÃO NO SANTUÁRIO)

76 | **Ministra:** Vamos lá ver [...] se essa for a opção de quem organiza as celebrações de [haaa] organizar uma celebração do 13 de Maio onde possam estrá [hummm] várias pessoas, desde que sejam respeitadas as regras sanitárias... [haa]... isso é uma possibilidade. Agora, [haaa]... cada organizador de uma iniciativa tem que fazer um juízo de valor sobre aquilo que entende que sejam os riscos que vai correr. E pode haver entidades que entendam que aquilo que está em causa é compatível com determinadas regras e outras que entendam de uma forma diferente

77 | **Pivot:** o mesmo se aplica aos estádios de futebol?

78 | **Ministra:** repare, o estado de emergência e o estado de calamidade não é, como eu já disse, não é uma emergência totalitária. É uma emergência sanitária. E, portanto, as regras serão sempre utilizadas com a proporcionalidade adequada à proteção sanitária. Mas não mais do que isso!

(ORÁCULO 4: 1.ª LIGA E TAÇA DE PORTUGAL RETOMADAS A 30 DE MAIO)

79 | **Pivot:** Muito bem. Campos de futebol, estádios que são também terrenos abertos, podem também ter público?

80 | **Ministra:** Não.

81 | **Pivot:** Porquê?

82 | **Ministra:** Porque a opção, eventualmente neste momento, não será a de ter público. Mais uma vez porque vamos fazer uma construção de medidas ao longo do tempo que garantam a melhor, a maior normalidade possível, mas num contexto que não é o regular, o normal, aquele que desejaríamos. E porque também avaliamos aquilo que [hummm] avaliamos e sobretudo os peritos, os organizadores avaliam aquilo que são os gestos típicos...

(ORÁCULO 5: FUTEBOL À PORTA FECHADA)

83 | **Pivot:** Mas eu quando estou a falar de público de futebol, não estou a referir-me obviamente ao estádio cheio [...] mas aquela tal proporção, que ainda não se percebeu qual será, de um terço, dois terços e pessoas separadas, porque é que não é possível?

84 | **Ministra:** São aspetos que estão eventualmente a ser ponderados num contexto não daquilo que está em cima da mesa neste momento porque aquilo que está neste momento em cima da mesa, eventualmente, serão jogos à porta fechada.

85 | **Pivot:** Muito bem. Avancemos senão não temos tempo para nada. Há uma questão que atravessa estes dois meses, desde o início até agora e sobretudo com recomendações para o que aí vem. Falo das máscaras. Esta questão é absolutamente fundamental para os portugueses que estão muito confusos. Eu gostaria de começar no início, ou seja, o que é que, o que é que se passou no início para a posição oficial ser a de 'não use máscaras porque isso é ainda mais perigoso'?

(ORÁCULO 6: MÁSCARA OBRIGATÓRIA EM LOCAIS FECHADOS)

86 | **Ministra:** Aquilo que justificou essa opção é aquilo que está escrito nos vários documentos internacionais que se referem ao tema. Aliás, o documento mais recente, aquele que fundamentou a , uma... uma... um progresso na posição, um desenvolvimento na posição das autoridades portuguesas é muito claro e lista concretamente os fatores que são argumentos a favor a utilização de máscaras e os argumentos contra a utilização de máscaras e, depois, acaba dizendo 'não havendo, embora não existindo evidência direta de que a utilização de máscaras seja um elemento decisivo numa menor transmissibilidade da infeção, como os efeitos negativos da sua utilização são diminutos, então, sugere-se a sua utilização,

mas não se impõe'. Essa opção foi uma opção que tomámos face a um contexto de desconfinamento e a um contexto de maior concentração de pessoas em determinados espaços.

87 | **Pivot:** Na altura [humm] houve alguns comentadores que referiram que eventualmente o governo não queria abrir a porta às máscaras porque não... porque nunca teria material para abastecer todos os portugueses, não foi o caso?

88 | **Ministra:** Essa... esse... um dos argumentos colocados internacionalmente relativamente a uma menor utilização, um menor recurso das máscaras é também a limitação de equipamentos de proteção individual. Aquilo que está referido é que as máscaras cirúrgicas devem ser reservadas prioritariamente para doentes e profissionais de saúde. Depois, houve uma panóplia de outros instrumentos e, designadamente, as máscaras comunitárias que vieram permitir uma diferente abordagem do tema. E, portanto, não. Não foi uma questão de falta de máscaras que determinou a opção. Foi a questão de não termos ainda uma indicação técnica das entidades que nós normalmente seguimos a esse propósito.

89 | **Pivot:** Neste momento estamos na fase da máscara, portanto, vamos todos usar máscara, porque

90 | **Ministra:** Não.

91 | **Pivot:** porque a proteção é sempre melhor que nada.

92 | **Ministra:** Não é bem assim.

93 | **Pivot:** Não é bem assim?!

94 | **Ministra:** Não é bem assim. Nós os dois, por exemplo, hoje estamos aqui sem máscara e se for amanhã também estaremos sem máscara. Porquê? Porque temos aqui uma distância entre nós, não está mais ninguém à nossa volta.

95 | **Pivot:** Não, mas podíamos também fazer esta entrevista de máscara e aí estaríamos mais protegidos, ou não?

96 | **Ministra:** Não, porque quer eu, quer o entrevistador, neste caso, estamos a uma distância em que, em princípio, nada daquilo que é o nosso contacto acontece.

97 | **Pivot:** Bem, senhora Ministra em que é que ficamos? Aconselha os portugueses a usar máscara ou não?

98 | **Ministra:** Claramente sim, mas nas situações em que isso está recomendado. Utiliza... [haaa] circulação em espaços fechados, em espaços onde estejam muitas pessoas, casos típicos, transportes públicos, supermercados, lojas onde haja... onde venha a haver... porque não era a nossa situação, não é a nossa situação hoje! Hoje, não vale a pena eu dizer aos portugueses para usarem máscara, se eu lhes estou a dizer para ficarem em casa! Parece-me claro. Parece-me evidente. Parece-me que há muita gente interessada em confundir os portugueses. Eu estou aqui para fazer um serviço público e para esclarecer os portugueses e, portanto, claramente, o que eu pretendo dizer é o seguinte: até aqui os portugueses tinham determinadas indicações para a utilização de máscaras; a partir de segunda-feira, a nossa vida vai tentar recuperar alguma normalidade e as pessoas vão fazer coisas que tinham deixado de fazer e então aí têm que ter cautelas adicionais e a máscara é uma cautela complementar.

99 | **Pivot:** Assim sendo [hummm]... os portugueses vão precisar de máscaras... isso está previsto?

100 | **Ministra:** Sim.

101 | **Pivot:** Esse movimento de fornecer aos portugueses... porque eu tenho recebido... hoje recebi muitas mensagens e eu próprio tenho tido essa experiência de estar numa superfície comercial às compras [hummm] e eles dizerem que não tinham ainda máscaras nem sabem quando vão ter...

102 | **Ministra:** Não conheço a superfície comercial onde foi. Posso-lhe dizer, por exemplo, que algumas farmácias onde eu passo entre o meu domicílio e o Ministério da Saúde a pé têm na porta placas que dizem “Temos máscaras e gel”.

103 | **Pivot:** Mas, tirando...

104 | **Ministra:** e sei que há várias superfícies comerciais

105 | **Pivot:** certo...

- 106 | **Ministra:** que vão ter máscaras à venda
- 107 | **Pivot:** E as farmácias de uma forma ou de outra sempre tiveram. O que eu lhe estou a perguntar é se, com esta massificação da máscara, se será possível encontrarmos máscaras nas superfícies comerciais?
- 108 | **Ministra:** É uma preocupação. E [haaa] aí penso que estamos muito apostados em que a nossa indústria nacional de facto responda àquilo que foi uma alteração da forma como tínhamos esta questão das máscaras enquadrada... também a adoção de uma máscara dita comunitária, que é um artigo que no nosso caso obedece também a uma padronização, a uma certificação mas que
- 109 | **Pivot:** que vai ser, que vai ser fundamental
- 110 | **Ministra:** já foi atribuída, que é fundamental, que foi definida pela pelo Instituto Nacional da Farmácia e do Medicamento.
- 111 | **Pivot:** Portanto, não é qualquer pano que uma pessoa faça, cosa em casa e coloque à frente da cara? Não é disso que estamos a falar?
- 112 | **Ministra:** Nós temos dois tipos de máscaras: as máscaras comunitárias certificadas
- 113 | **Pivot:** Certo
- 114 | **Ministra:** aquelas que se venderão e depois
- 115 | **Pivot:** e que são laváveis
- 116 | **Ministra:** e que têm várias características, podem ser em pano, em tecidos variados
- 117 | **Pivot:** mas têm que ter essa certificação
- 118 | **Ministra:** têm essa normalização, mas depois não está completamente fora de hipótese a possibilidade de individualmente [haaa] feito em casa haver também produção de artigos para esse efeito. Aliás, estamos mais uma vez em linha com aquilo que são as orientações gerais. Agora, muito claramente, em ambiente de prestação de cuidados de saúde, máscaras cirúrgicas, o mais possível máscaras cirúrgicas; máscaras comunitárias daquelas que existem disponíveis no mercado oferecem-nos maior garantia, e depois o utensílio mais doméstico é uma eventualidade.

119 | **Pivot:** Senhora Ministra, em que ponto é que estamos, hoje, que passam exatamente dois meses... estamos naquele ponto do importante agora será testar testar testar... estamos nessa fase?

(ORÁCULO 7: TESTES DE DESPISTE AO CORONA VÍRUS)

120 | **Ministra:** Repare [hummm]. Eu penso que a questão de de de... da utilização massiva de testes é importante, mas é muito importante também que se entenda que o teste é uma fotografia daquilo que se passa com determinado indivíduo num determinado momento. Hoje, enquanto esperava por esta entrevista, vi algumas peças que a antecederam e vi algumas pessoas dizerem 'ah agora já sei que não estou positiva, já posso ir procurar trabalho'. É importante que se perceba que o teste é a situação do momento e que portanto [haaa] ele [haaa], por si só, é um elemento para nós decidirmos se a pessoa tem que ficar confinada ou tem de fazer tratamento ou, enfim, naquele momento não [tá] positiva para SARSCOV

121 | **Pivot:** Mas dá-nos uma fotografia mais real da situação?

122 | **Ministra:** Dá-nos e permite-nos decidir, por exemplo, nos lares é muito importante porque isso permite-nos perceber o que é que podemos fazer com aqueles indivíduos que estão a tratar, que são profissionais do lar e que foram na maioria dos casos [haaa] os agentes transmissores, porque vinham do exterior e as pessoas que estavam institucionalizadas e tinham menos contactos. Portanto, dá-nos... é um auxiliar para nós nos posicionarmos, mas não vale de tudo.

123 | **Pivot:** Claro... [hummm] o nosso tempo está de facto a correr e há aqui uma questão muito importante neste regresso à chamada normalidade ou à nossa normalidade possível

124 | **Ministra:** [hum humm]

125 | **Pivot:** que é também... no Serviço Nacional de Saúde qual será a nova normalidade, como é que se vai fazer esta relação, esta convivência entre ainda a COVID e o já não COVID?

(ORÁCULO 8: A NOVA REALIDADE DO SNS)

126 | **Ministra:** Todos os sistemas de saúde estão a discutir isso neste momento.

Da mesma forma que nas escolas se discute o regresso à escola, nos sistemas de saúde discute-se [haaa]... o manter em paralelo uma resposta que tem de estar em prontidão para o recrudescimento de uma eventual doença do qual não estamos de facto livres e uma recuperação daquilo que foi a atividade assistencial que ficou suspensa [haaa]... para além da retoma da normal resposta do sistema de saúde. E aquilo que fizemos, da mesma forma que em 16 de março generalizámos aquilo que era a prática já de uma série de instituições que era a suspensão da atividade assistencial programada que não tivesse carácter prioritário ou muito prioritário... nesta mesma data, emitimos um despacho que [hum] refere às instituições [hummm] estar na altura de, sem prejuízo de termos a prontidão garantida, começarmos a reprogramar, gradual e faseadamente de uma forma acompanhada, com um conjunto de critérios, começarmos a recuperar atividade assistencial.

127 | **Pivot:** Mas faz um pouco de aflição pensar aqui na quantidade de recursos humanos, que tem sido um problema recorrente do Ministério da Saúde ao longo... ao longo das décadas, não é, e neste momento os portugueses pensam que os profissionais estão todos ocupados da COVID, como é... em alguns casos em horas extraordinárias sobre horas extraordinárias com grande cansaço e exaustão, como é que vamos ter recursos humanos, para já não falar de dinheiro, que isso já vamos falar, para manter as duas realidades?

128 | **Ministra:** Os profissionais de saúde têm sido incedíveis sobretudo nesta, nestes... nestes últimos 60 dias e é neles que reside o sucesso daquilo que aconteceu até agora e que não está terminado, mas também é da vontade deles e da capacidade deles que vai depender a resposta para o que vem a seguir e... aquilo que nós sabemos é que pusemos, contratámos mais 1800 profissionais neste período para o Serviço Nacional de Saúde e que agora

129 | **Pivot:** e chegam-nos?

130 | **Ministra:** e que agora temos de os manter para que os outros possam de alguma forma garantir respostas àquilo que ficou por fazer. É um exercício muito complicado, é um exercício muito complicado que depende muito do local, do institucional. Repare, há hospitais onde nós tivemos não mais de uma dúzia de casos de infeção de doentes COVID, e, portanto, esses hospitais estão numa situação muito diferente daqueles que tiveram centenas de casos. O contexto epidemiológico é importante para a forma como estas entidades vão reagir. [haaa] e depois há sobretudo um conjunto... isso é uma enorme oportunidade para o Serviço Nacional de Saúde, acho que o Serviço Nacional de Saúde descobriu dentro de si uma força que estava adormecida, e novas formas de trabalhar: o recurso à tele-saúde por todos os meios, a disponibilidade das pessoas para trabalharem mais em rede, mais em equipa, a resposta extraordinária que foi conseguida que se conseguiu dar através de [haaa] linhas de apoio, de... de respostas que estavam normalmente só dadas em ambiente hospitalar e que agora estão nos cuidados de saúde primários, a capacidade que as equipas de saúde familiar tiveram de sair das suas instituições e visitar utentes em lares coisa que nunca tinha acontecido... e eu acredito que esta capacidade extrema, esta energia, vai continuar a permitir responder.

131 | **Pivot:** eu compreendo o seu cumprimento, que é aliás o cumprimento que todos os portugueses e o aplauso que todos os portugueses fazem,

mas os profissionais de saúde pensarão também que agora que o país descobriu a sua importância, se por exemplo as suas questões remuneratórias continuarão iguais?

(ORÁCULO 9: AUMENTOS PARA PROFISSIONAIS DE SAÚDE)

132 | **Ministra:** O país?! Algum país descobriu agora a sua importância, outro país sempre acreditou nos profissionais de saúde do SNS.

133 | **Pivot:** Claro.

134 | **Ministra:** As questões remuneratórias de todos os portugueses têm neste momento um contexto específico em termos económicos. E, portanto, temos que dar um passo por cada, por sua vez, cada passo por sua vez, e [haaa] garantir que temos um contexto que permita responder àqueles que, de facto, pelo desempenho, [haaa]

135 | **Pivot:** o contexto

136 | **Ministra:** melhor responderam também

137 | **Pivot:** o contexto destes dois meses... como lhe digo é geral que todas as pessoas ganharam uma enorme admiração pelo Serviço Nacional de Saúde... as poucas que ainda não tinham foram obrigadas a olhar para ele com outros olhos...o que eu lhe pergunto é: agora quando fala com António Costa e com Mário Centeno diz-lhes 'isto tem de ter repercussões nos meus profissionais? Eles têm que ganhar mais? A fatia tem que ser maior'?

138 | **Ministra:** [Haaa] desculpe, nos últimos anos da anterior legislatura, houve um conjunto de repercussões [haaa] em matérias remuneratórias da Administração Pública em geral e dos funcionários do Serviço Nacional de Saúde que já foram, já aconteceram. Portanto, nós também não podemos ter

139 | **Pivot:** em que percentagens?

140 | **Ministra:** em percentagens significativas com reposições de majorações que estavam perdidas para trabalho extraordinário de [haaa]

reposições de construções de carreiras, de progressões de cursos que não aconteciam,

141 | **Pivot:** Sim, mas este ano temos os 0,3, não é?

142 | **Ministra:** Este ano temos a circunstância que tínhamos e temos, sobretudo agora, uma circunstância nova, que é um conjunto de pessoas, que são cidadãos de pleno direito como todos os outros que perderam o emprego, que estão a atravessar uma situação bastante difícil. E, portanto, num país coeso, nós precisamos de [haaa] premiar [haaa] obviamente o trabalho, designadamente o trabalho na Administração Pública, que [haaa] que se distingue, que... que no fundo ajuda todos nós, todos os outros a trabalhar a funcionar melhor, mas não podemos ter um país a duas velocidades.

(ORÁCULO 10: CONSULTAS, CIRURGIAS E EXAMES CANCELADOS)

143 | **Pivot:** Como vai ser agora a questão das consultas? Como é que isso vai encarrear? Como é que ficaram as filas de espera? Pergunto-lhe se conta só com o Serviço Nacional de Saúde ou se vai ter de contar também com os privados? E como é que se gere este receio que muitas pessoas manifestam de... ainda agora têm receio de voltar a marcar a sua consulta ou de fazer a sua operação?

144 | **Ministra:** Bom, a primeira coisa, a primeira palavra é para aqueles que receiam a utilização dos cuidados de saúde, [haaa] e é lá para casa, para quem nos está a ouvir, dizendo que o Serviço Nacional de Saúde procura e procurará sempre ter condições de segurança para os seus profissionais e para aqueles que precisam dele e, portanto, que ninguém deixe de utilizar o Serviço Nacional de Saúde por receio, se tiver uma necessidade efetiva que tenha que satisfazer. A segunda palavra é para aquilo que

estamos a montar, em termos de separação de circuitos e de agilização de respostas. Separação de circuitos e equipamentos de proteção individual, consultas com hora marcada e um conjunto de outras ferramentas, para permitir que as coisas corram em segurança, bem, no tempo e depois, de facto, uma preocupação de retoma da atividade assistencial. Nós conseguimos reduzir o número de consultas em espera há mais de um ano em 45% no final de 2019. Estes primeiros meses de 2020 foram muito penosos, [haaa] embora [haaa] as consultas com recurso à tele-medicina tenham disparado, com valores por exemplo de um crescimento de 28% no primeiro trimestre deste ano em cuidados hospitalares...

145 | **Pivot:** isso foi... foi uma oportunidade criada porque não havia outra

146 | **Ministra:** Claro.

147 | **Pivot:** não havia outra hipótese.

148 | **Ministra:** mas é que há partes dessa oportunidade

149 | **Pivot:** naturalmente que

150 | **Ministra:** que importa manter

151 | **Pivot:** Sim, certamente. Também nós aqui descobrimos o teletrabalho que andávamos a adiar muitas vezes, mas a televisão não se vai poder fazer só com teletrabalho...

152 | **Ministra:** e a saúde

153 | **Pivot:** Esta questão da confiança

154 | **Ministra:** e a saúde também não

155 | **Pivot:** deixe-me só

156 | **Ministra:** desculpe

157 | **Pivot:** Deixe-me só virar aqui um pouco a agulha outra vez para a COVID porque este ponto é importante. Esta questão da confiança no qual é o panorama geral do... do receio de ir aos hospitais

158 | **Ministra:** [hum hum]

159 | **Pivot:** Como é que estamos na situação do... do R? Do... do risco de transmissibilidade?

(ORÁCULO 11: RISCO DE TRANSMISSIBILIDADE EM PORTUGAL)

160 | **Ministra:** O risco de transmissibilidade, ao longo do tempo, na nossa análise era de 0, 92 para os dias 23 a 27 de abril, mas eu queria só recuperar uma coisa porque me perguntou sobre o papel do setor social e privado no apoio ao Serviço Nacional de Saúde.

161 | **Pivot:** sim...

162 | **Ministra:** e eu queria ser muito clara. Esse papel existe através de mecanismos que já estão estabelecidos. E é apenas a simples utilização desses mecanismos que nós pretendemos retomar. Porque repare, durante este período, muitos doentes não aceitaram os vales cirúrgicos. E é a isso que eu me estou a referir... e um conjunto significativo de entidades convencionadas denunciou as convenções, deixou de estar disponível para trabalhar com o Serviço Nacional de Saúde. E a esse nível, nós sentimos que precisamos de recuperar esse caminho. Agora, o Serviço Nacional de Saúde tem sido inexcedível na forma como tem servido os portugueses e naturalmente irá também agora fazer todo o seu melhor para continuar a responder à altura.

163 | **Pivot:** O risco de transmissibilidade? Vamos a ele...

164 | **Ministra:** O risco de transmissibilidade está em 0,92, já estive ligeiramente [...]

165 | **Pivot:** para que as pessoas percebam [...]

166 | **Ministra:** Quando nós iniciamos uma infeção, o risco de cada caso infetado contagiar outros casos é um determinado, é o chamado R0. Depois, e no nosso caso ele era superior a 2. Portanto, cada indivíduo infetado tinha o risco de contagiar mais do que dois outros indivíduos. A partir do momento em que são introduzidas medidas de contenção, espera-se que esse risco baixe. É ao longo do tempo que se avalia como é que esse risco está a evoluir. E, portanto, neste momento, nós sabemos...

167 | **Pivot:** com que balizas?

168 | **Ministra:** [hummm]

- 169 | **Pivot:** quando fala ao longo do tempo...
- 170 | **Ministra:** ao longo do tempo em que perdura a infeção
- 171 | **Pivot:** sim
- 172 | **Ministra:** Portanto, nós começámos por medir o risco de cada indivíduo
infetar outros nos últimos dias de fevereiro e nos primeiros dias
de março, e agora o que lhe estou a dizer é
- 173 | **Pivot:** o que estou a perguntar de outra forma é qual é o número do alívio,
qual é a percentagem do alívio?
- 174 | **Ministra:** [haaa] [haaa] o que todos perguntam é 'qual é o R que devíamos
ter para podermos sair à rua em segurança e em tranquilidade'?
- 175 | **Pivot:** Exato.
- 176 | **Ministra:** [haaa] admitindo que não há risco zero, quanto mais próximo
estiver do zero, melhor estaremos. Se estivermos abaixo de um,
estaremos relativamente tranquilos com uma capacidade de o
sistema de responder.
- 177 | **Pivot:** O que me leva a outra pergunta. O primeiro ministro António Costa
foi muito firme na afirmação que fez que foi 'isto agora vai passar-se
assim, vamos baixar do estado de emergência, mas não façam qual-
quer confusão, se isto correr mal, voltamos a medidas mais duras'. O
que eu lhe pergunto é: eu todos os dias mostro aqui aos portugueses
um número importante, que é a percentagem do crescimento, aquele
1,2, 2,2, que vai andando... qual é, nessa percentagem, um sinal de
alarme que pode soar e tudo voltar para trás?
- 178 | **Ministra:** [Hummm] serão vários, mas agora com este número de casos,
de novos casos que estamos a ter por dia de 300, 400, 500, têm
estado muito instáveis...
- 179 | **Pivot:** Sim, e houve aquela duplicação dos números de ontem, não é?
- 180 | **Ministra:** É verdade, é verdade, mas temos estado relativamente confor-
táveis, mas gostávamos de vir mais abaixo [haaa] gostávamos de
aproximar-nos... [haaa] se agora [haaa] tivéssemos uma... uma...
um recrudescimento levávamos na bagagem qualquer coisa como
1000 doentes [haaa] que precisamos de continuar a acompanhar

e era bom que, face a uma segunda eventual onda, nós levássemos o menor número possível de doentes.

181 | **Pivot:** Mas qual é a percentagem?

182 | **Ministra:** Não há uma percentagem, não há um número mágico. Repare, tem-se dito...

183 | **Pivot:** Não me diga, não me diga que não haverá uma percentagem num dia, numas 24 horas que a senhora Ministra olha e diz assim 'ui, 5%, 6% que é isto?'

184 | **Ministra:** Isso é assustador. Não, isso é assustador!

185 | **Pivot:** Então, pelos vistos, há uma percentagem...

186 | **Ministra:** Isso é assustador. Não, eu penso que... repare a percentagem é sempre função daquilo que é a base. Portanto, [haaa]

187 | **Pivot:** Claro.

188 | **Ministra:** Eu, para lhe ser totalmente honesta, [haaa] preocupo-me mais com os óbitos, preocupo-me mais com o número de doentes internados e com o número de doentes internados em unidade de cuidados intensivos. Porque se forem novos casos, mas se forem novos casos que nós sabemos que têm um padrão de doença leve, que pode ser tratada em casa, [haaa] até pode [haaa] não ser arriscado, digamos assim, aliás temos ouvido muitas teorias noutros países sobre essas questões. Agora, quando o sistema de saúde começa a entrar, a aproximar-se de uma fase em que tem de responder mais depressa, sobretudo quando nós queremos, como queremos agora responder a outro tipo de patologia, aí começamos a ficar preocupados.

189 | **Pivot:** Senhora Ministra, voltaremos a fazer outros balanços, mais para a frente, que sejam mais positivos.

190 | **Ministra:** Obrigada.

191 | **Pivot:** Agradeço-lhe o seu trabalho que tem sido extenuante nestes últimos dois meses. Esperemos que o seu sucesso será também o nosso sucesso. Muito obrigada pela sua presença neste Jornal da Noite.

192 | **Ministra:** Muito obrigada.

ISABEL FERIN CUNHA

Licenciada em História pela Faculdade de Letras de Lisboa (1974), Mestra (1984) e Doutora (1987) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, Brasil e Pós-Doutorada em França (CNRS, 1991). Foi professora da Universidade de São Paulo de 1983 a 1991 e da Universidade Católica de Lisboa, 1992-2002. É Professora Associada com Agregação da Universidade de Coimbra (aposentada). Foi vice-presidente do Centro de Investigação Media e Jornalismo (2004-2006) e coordenou de 1999 a 2017 projetos aprovados pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia/Portugal. Coordenou de 2003 a 2007 uma equipa de investigação que desenvolveu, com o apoio do Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME), o Projeto *Media, Imigração e Minorias Étnicas*. Coordenou de 2006 a 2012 a secção portuguesa do projeto internacional Observatório de Ficção Ibero-Americano. Integrou o projeto Inclusão e Participação Digital desenvolvido pela Universidade Nova de Lisboa, Universidade do Porto e Universidade de Austin no Texas /EUA (2009-2011). É investigadora do ICNOVA. As suas áreas de interesse são: Análise dos *Media* (Imprensa, Televisão e Redes Sociais); *Media* e Lusofonia e Comunicação Política

ANA TERESA PEIXINHO é Professora Auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Doutorada em Ciências da Comunicação, leciona aos três ciclos de estudos de Jornalismo e Comunicação. É investigadora integrada do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX (CEIS20) e do Centro de Literatura Portuguesa, dedicando-se ao estudo das narrativas mediáticas.

Neste âmbito, acaba de organizar e editar a obra *Narrativa e Media: géneros, figuras e contextos* (2017) e participa no projeto do CLP “Figuras da Ficção”, coordenado por Carlos Reis. Em paralelo, dedica-se ao estudo da Obra de Eça de Queirós. Integra a equipa da Edição Crítica da Obra deste autor, tendo já editado *Textos de Imprensa I* (2004), em colaboração com Carlos Reis, *Cartas Públicas* (2009) e *Textos de Imprensa II* (2019).



Série Investigação

•

Imprensa da Universidade de Coimbra

Coimbra University Press

2020

1 2



9 0

I
IMPRESSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS
U